

Центральный федеральный государственный автономный образовательный учреждение высшего образования
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(НИ У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА ФИНАНСОВ, ИНВЕСТИЦИЙ И ИННОВАЦИЙ

**ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КРЕДИТНЫХ КАРТ В КОММЕРЧЕСКОМ
БАНКЕ**

Выпускная квалификационная работа
обучающейся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика
заочной формы обучения, группы 09001470
Поповой Натальи Александровны

Научный руководитель
Доц., д.э.н., проф. кафедры
финансов, инвестиций и
инноваций
Ваганова О.В.

БЕЛГОРОД 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ НЕОБХОДИМОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КРЕДИТНЫХ КАРТ КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ.....	6
1.1. Роль пластиковых карт в электронном платежном пространстве.....	6
1.2. Кредитные карты как инструмент развития потребительского кредитования в коммерческих банках.....	11
1.3. Анализ развития рынка пластиковых карт в России	16
ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ КРЕДИТНЫХ КАРТ В БАНКЕ ВТБ (ПАО) И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ РАЗВИТИЯ.....	21
2.1. Организационно – экономическая характеристика Банка ВТБ (ПАО).....	21
2.2. Анализ основных карточных продуктов Банка.....	28
2.3. Оценка эффективности реализации кредитных карт в Банке ВТБ (ПАО).....	34
2.4. Направления развития карточного бизнеса в условиях цифровизации рынка банковских продуктов и услуг.....	40
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	55
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	57
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	64

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время розничный бизнес является одним из приоритетных направлений для российских банков, а банковские (платежные) карты продолжают укреплять свои позиции в роли одного из важных и самых распространенных инструментов в системе массового обслуживания.

Актуальность темы исследования заключается в том, что внедрение платежных карт является важнейшей тенденцией развития технологии безналичных расчетов в банковской деятельности. Внедрение платежных карт, и в частности кредитных, предоставляет множество преимуществ как физическим лицам и организациям, так и кредитным организациям и государству. Для клиентов — это удобство, надежность, практичность, а также отсутствие необходимости иметь при себе наличные деньги. Для организаций же повышение конкурентоспособности и престижа, наличие гарантий платежей. Для кредитных организаций, выдающих платежные карты, это позволяет аккумулировать дополнительные средства на карточных счетах клиентов, вовлекать клиентов в транзакционную активность, позволяющих получать дополнительный доход, что и обусловило выбор темы выпускной квалификационной работы.

Целью данной выпускной квалификационной работы является определение направлений развития карточного бизнеса коммерческого банка и их обоснование на основе оценки эффективности использования кредитных карт в коммерческом банке.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- рассмотреть понятие и сущность пластиковых карт и их роль в электронном платежном пространстве;
- определить особенности использования кредитных карт и сравнить актуальные предложения банков на рынке кредитных карт;

- проанализировать состояние современного рынка кредитных карт в России, его проблемы и пути развития;
- изучить достоинства и недостатки кредитных карт в коммерческом банке, связанных с безналичным расчетом;
- провести оценку эффективности осуществления операций с использованием кредитных карт в коммерческом банке
- определить направления развития карточных продуктов банков в условиях цифровизации банковской системы.

Предметом исследования выпускной квалификационной работы является совокупность экономических отношений, складывающихся в процессе функционирования системы банковского обслуживания с использованием банковских кредитных карт.

Объект выпускной квалификационной работы – система организации банковского обслуживания на основе банковских кредитных карт.

Теоретической и методологической базой выпускной квалификационной работы явились труды отечественных и зарубежных ученых – экономистов таких, как О.С. Лаврушин, Т.Н. Нестерова, А.И. Балабанов и других. Методами предоставления информации служат графический, текстовый и табличный. В работе были использованы следующие общие методы: анализ и синтез, сравнительный анализ, системный анализ.

Информационной базой послужили данные Федеральной службы государственной статистики, Федеральной службы по финансовым рынкам, Министерства промышленности и торговли, Центрального банка Российской Федерации, данные Ассоциации российских банков, материалы международных организаций, данные информационных и рейтинговых агентств, Интернет-ресурсы. При подготовке выпускной квалификационной работы были проанализированы федеральные законы, указы Президента

Российской Федерации, постановления Правительства Российской Федерации, нормативные документы Центрального банка Российской Федерации и другие законодательные документы, регулирующие систему кредитных отношений.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в том, что основные положения, выводы, рекомендации ориентированы на развитие банковского карточного бизнеса и могут быть использованы в практической деятельности коммерческими банками при решении задач по повышению их конкурентоспособности на рынка кредитных услуг населению.

Структура работы. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы, приложений.

Во введении определены: актуальность, цель, задачи, объект, предмет, а также теоретическая и методологическая база выпускной квалификационной работы.

В первой главе рассмотрены основные виды потребительского кредитования, классификация кредитных карт, их сущность, а также проведен анализ развития рынка пластиковых карт в России.

В рамках второй главы рассмотрена организационно – экономическая характеристика коммерческого банка, а также была произведена оценка эффективности розничных услуг с применением кредитных карт в коммерческом банке., а также определены направления развития карточного бизнеса в условиях цифровизации рынка банковских продуктов и услуг

В заключении представлены основные результаты и выводы выпускной квалификационной работы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ НЕОБХОДИМОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КРЕДИТНЫХ КАРТ КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ

1.1 Роль пластиковых карт в электронном платежном пространстве

В настоящее время наблюдается стремительное развитие мировых платежных систем, и платежная карта стала считаться традиционным инструментом комплексного обслуживания индивидуальных предпринимателей, крупных фирм и простого населения. В сфере торговли и услуг платежная карта занимает особое место, так как с её помощью проводятся большое количество платежей, банковских операций, а также это наиболее удобный способ расчетов между покупателями и продавцами, организациями и их работниками.

Наиболее стремительно развивающийся и расширяющийся рынок — это рынок платежных карт, так как происходит постоянное развитие информационных технологий, предназначенных для обеспечения бесперебойного функционирования и безопасного использования банковских карт. За последние несколько лет своё развитие получили технологии перевода денежных средств с одной банковской карты на другую (со счёта одного банка на счёт другого), технологии бесконтактного платежа (Apple Pay, Google Pay, бесконтактные банковские карты), а также технологические процессы, обеспечивающие совершение любой операции без использования банковской карты, мобильные приложения, позволяющие следить за наличием денежных средств на карте, их расходом, совершением переводов.

Большинство банков с каждым годом стараются оптимизировать свою деятельность, сделать процесс обслуживания карт более удобным для клиентов, а также использовать инновационные технологии в своей деятельности. После введения одним банком новой услуги, другие, дабы не отставать в развитии, разрабатывают и вводят собственную аналогичную

услугу, что позволяет населению выбрать подходящий для своих целей банк с наиболее выгодными условиями. [3, с.56]

С помощью банковских карт государство может сократить оборот наличных денег для роста количества безналичных операций и удобства проведения платежей между отправителями и получателями [13].

Пластиковая карта – это персональный платежный инструмент, благодаря которому физическое либо юридическое лицо способно оплачивать товары и/или услуги безналичным способом, а еще приобретать наличные средства в филиалах (отделениях) банков и банковских автоматах (банкоматах). Значимой характерной чертой абсолютно всех пластиковых карт считается содержание на них особого набора информации, используемого в разных прикладных программах. На сегодняшний день на территории Российской Федерации функционируют десятки локальных, региональных и межрегиональных платежных систем. Число держателей пластиковых карт российских платежных систем регулярно увеличивается.

В настоящее время уже больше миллиона человек используют пластиковые банковские карты. Пластиковые карты уже почти имеют все шансы заменить наличные деньги. Во многом они даже удобнее монет или купюр: удобным сделался перевод денег за рубеж; оплата ЖКХ и многообразных товаров и услуг начала производиться безналичным расчётом; за приобретение чего-либо с карты мгновенно снимается необходимая сумма средств, экономя этим время покупателя; нет потребности в том, чтобы иметь при себе крупные суммы наличных денег.

В многочисленных городах России платеж проезда уже осуществляется при помощи пластиковой банковской карты. Вполне вероятно, в будущем данный способ оплаты проезда станет доступным любому жителю государства. Для кредитных учреждений пластиковые банковские карты также могут быть полезны. Они увеличивают конкурентоспособность и авторитет компании, наличие гарантий платежа, уменьшают расходы в производстве, учете и обработке бумажноденежной массы, минимизируют

временные затраты и экономят живой труд. Карты равно как экономический инструмент регулярно улучшаются, увеличивается область их использования, расширяется комплекс оказываемых услуг с их применением.

Однако на сегодняшний день система использования электронных денег несовершенна. Например, не все жители РФ одобряют или же могут воспользоваться такого рода системой. Многие жители государства, в основном это граждане, достигшие пенсионного возраста, выбирают применение традиционных наличных денег и никак не хотят приобретать пластиковые банковские карты. В банках зачастую совершаются нарушения в работе и сбои в системе, и оплата товаров и услуг бывает неосуществимой. Кроме того, несовершенна и защита электронных денежных средств на картах людей, и этим довольно часто пользуются преступники. В настоящее время не имеется возможности поставить банкоматы в абсолютно всех районах государства.

Важность рынка пластиковых карт заключается в том, что он испытывает крайне значимый период собственного формирования. От престижных, общедоступных только высокооплачиваемым категориям жителей, пластиковые карты обернулись в довольно доступный способ расчетов. Платежные карты, являющиеся согласно собственной сущности инструментом расчетов высокой ликвидности, в полной мере подвергаются влиянию переломных явлений. В связи с этим задача о перспективах формирования платежного оборота, в том числе на базе обширного использования банковских карт, обретает особую важность в нынешних условиях.

Платежная карта – это не только лишь способ с целью развития стабильных пассивов, но также она представляет собой один из наиболее сильных инструментов, оказывающих воздействие на структуру платежного оборота. По этой причине исследование карточных платежных систем на макроуровне и формирование определенных теоретических исследований получило существенный смысл с целью формирования экономической науки.

Эдуард Беллами, впервые упомянул о банковских пластиковых картах в своей книге «Взгляд в прошлое», которая вышла в 1888 г. Первые банковские карточки возникли в США в двадцатые годы[19, с.56].

Предприятия розничной торговли и нефтяные компании применяли карты в картонном варианте с целью доказательства о кредитоспособности собственника за пределами его банка. Спустя некоторое время, стали возникать первые металлические, а потом уже пластиковые карточки с тиснением. Вследствие тиснения, процедура обслуживания карт стала отчасти автоматизированной, так как с карточек можно было делать оттиски и переносить сведения о собственнике на заранее отпечатанные чеки (слипы). Уже после Второй мировой войны возникли пластиковые карточки таких известных компаний как «Diners Club», American Express, VISA, Master Card. В шестидесятые годы в пластиковых карточках начали размещать магнитную полосу, в которой вписывались сведения о собственнике, банке-эмитенте и прочие сведения.

Впервые пластиковая банковская карта появилась в России в 1969 году. Это была карта платёжной системы Diners Club. Именно эти карты стали использоваться в системе советских магазинов. В 1988 году, спортсменам советской Олимпийской сборной впервые были выданы карты другой платёжной системы – Visa International. Однако существенное интернациональное продвижение карты приобрели только в 1990 г. уже после начала формирования в России системы коммерческих банков[19, с.56].

Пластиковая карта - термин, обозначающий все без исключения разновидности карт, различающихся по назначению, по набору оказываемых с их помощью услуг, по своим техническим возможностям и организациям, их выпускающим.

Банковская карта – пластиковая карта, которая привязана к лицевому счёту одного из банков. Применяется с целью платежей, в том числе через интернет.

Пластиковые банковские карты делятся на:

- дебетовые карты;
- кредитные карты;
- смешанные карты[35].

Дебетовая карта – это банковская платёжная карта. Её применяют с целью оплаты товаров и услуг, получения наличных денег в банкоматах. Данная карта дает возможность управлять только в пределах доступного остатка на лицевом счёте (расчетном текущем счёте), к которому привязана карта.

Кредитная карта – банковская платёжная карта, которую используют с целью осуществления операций, расчёты по которым осуществляются только за счет денежных средств, предоставленных банком клиенту в пределах установленного лимита в соответствии с условиями кредитного договора (положение ЦБ РФ № 266П). Банк определяет лимит, отталкиваясь от платежеспособности своего клиента.

Смешанная карта - это кредитная карта, которую можно пополнять личными средствами. Владелец карты может воспользоваться услугой кредита, в случае, если на его карте будут отсутствовать средства.

Овердрафтом именуют кредитование банком расчётного счёта пользователя с целью оплаты им расчётных операций при недостаточности либо нехватке на расчётном счёте клиента-заемщика денежных средств. В данном случае банк списывает средства с счёта клиента в полном объёме, то есть автоматически выдает пользователю кредит на необходимую сумму, превышающую остаток денег.

Овердрафт отличается от простого кредита тем, что все без исключения суммы, поступающие на счёт клиента, списываются на погашение задолженности. В некоторых случаях предоставляется льготный промежуток пользования овердрафтом, в течение которого проценты за использование кредита не начисляются. Это зависит от кредитной политики банка. То есть, расчётная пластиковая банковская карта с овердрафтом является смешанной картой.

В заключении нужно отметить, что пластиковые банковские карты дают определенную выгоду своим пользователям. Они непрерывно развиваются, однако имеют некоторые минусы. В случае если ликвидировать все недостатки системы, спустя десятки лет пластиковые банковские карты смогут целиком и полностью вытеснить наличные деньги из обращения.

1.2 .Кредитные карты как инструмент развития потребительского кредитования в коммерческих банках

В настоящее время большое количество коммерческих банков предоставляют возможность клиентам оформить кредитные карты. Использование кредитных карт в России набирает обороты

Кредитная карта – это банковская платёжная карта, предназначенная для совершения операций, расчёты по которым осуществляются исключительно за счёт денежных средств, предоставленных банком клиенту в пределах установленного лимита в соответствии с условиями кредитного договора. [26]

Владелец кредитной карты имеет возможность многократно использовать ее, в любое время «одолжить» деньги у банка, совершать срочные покупки, если наличных денег не окажется или же будет недостаточно, получать скидки и накопительные бонусы при покупках в торговых организациях-партнерах банков.

При осуществлении расчетов в безналичной форме при оплате товаров или услуг обычно принимают участие несколько субъектов: банк-эмитент, выдавший клиенту карту; клиент (держатель карты); торговая организация, обязующаяся принимать в качестве средства оплаты банковскую карту.

«При этом существуют преимущества для банка-эмитента: рост портфеля потребительских кредитов; увеличение зоны деятельности банка; возможность продать дополнительные услуги держателям карт; повышение

привлекательности услуг банка для клиентов; снижение наличности в обороте, а значит, и снижение цены операций; автоматизация кредитов, снижение потоков бумажных документов; уменьшение очередей в офисах банка; дополнительные доходы за счет дополнительных комиссий; рост конкурентных преимуществ, имиджа банка » [55, с. 56].

Недостатки для банка обычно возмещаются в расходах, которым банки подвергаются во время выпуска и обслуживания карт, и также в повышенных рисках невозвращения доходов кредита [2, с.26].

Для держателя карты представляется возможным также выделить следующие достоинства:

«1) удобство использования, поскольку возможно сделать большую покупку в любом месте при отсутствии необходимых наличных денег. В случае потери или воровства, возможно, заблокировать карту и затем перевыпустить;

2) существование привилегий после покупки товаров;

3) возможность использования за границей. Сумма, которая может быть снята с карты, не ограничена не в одном пункте мира, в то время как есть пределы ввоза и вывоза наличных денег; возможность осуществить платежи и покупки в Интернете; скорость осуществления платежей и мгновенное получение денег; возможность пополнения счета во всем мире; начисление процента только на фактически использованную часть долга, а по некоторым картам есть льготный период – период, в течение которого проценты не начисляются; конвертация валюты осуществляется банком; существование кредитной карты - символ престижа; быстрая и актуальная информация о состоянии счета и совершаемых операциях (мобильные сервисы)» [1].

Учитывая вышеприведенные параметры кредитных карт составим рейтинг наиболее привлекательных для потребителей банковских продуктов данного сегмента, представлено в таблице 1.2 [52].

Топ 10 кредитных карт с наиболее привлекательными условиями

Название банка и карты	Кредитный лимит, руб.	Процентная ставка, в %	Льготный период, дни	Кэшбек, в %	Время для принятия решения	Стоимость обслуживания карты в год, руб.
Тинькофф Платинум	300000	От 15	До 55	3-30	5 минут	590
Просто Сити-банк	300000	22,9–32,9	До 50	Скидка 20 %	1 день	0
Touch Bank	1000000	12–49,9	До 61	1–3	5 минут	0
«100 дней без процентов» Альфа-Банк	300000	От 23,99	До 100	отсутствует	1-5 дней	От 1190
«Cash-Back» Восточный Банк	300000	29,9	До 56	1–5	30 минут	0
Райффайзен Банк	600000	От 29	До 52	До 5	30 минут	1490
Мультикарта ВТБ	1000000	26	До 50	2–10	1 день	0
«Без затрат» Альфа-Банк	300000	От 23,99	До 60	отсутствует	2 минуты	0

Из вышеприведенной таблицы 1.2, можно составить основные показатели кредитных карт, в среднем по рынку:

– кредитный лимит колеблется от 300 тыс. руб. до 600 тыс. руб. Есть карты кредитный лимит которых доходит до 1 млн руб. – кредитка «Touch Bank» и «Мультикарта ВТБ»;

– процентная ставка колеблется в интервале 15–30 % годовых. Исключение составляет карта «Халва» Совком Банка процентная ставка которой достигает 10 % годовых;

– в основном годовая стоимость обслуживания карт, приведенных в таблице равна 0, что является несомненным плюсом. Исключение составляют такие карты, как «100 дней без процентов» от Альфа-Банка (от 1190 руб.), «Тинькофф Платинум» (590 руб.) и кредитная карта от Райффайзен Банка (1490 руб.);

– льготный период в среднем составляет 55 дней. Льготный период до года предоставляют такие карты как «Халва» и «Home Credit Bank» [52].

Скорость оформления карты в основном составляет 5 минут или 1 день. Как видно, банки предоставляют довольно разнообразные предложения и условия обслуживания кредитных карт, поэтому потребители могут выбрать продукт, отвечающий их целям. Для привлечения клиентов банкам нужно развивать также услуги, как СМС-банк, интернет-банк, различные приложения для смартфонов, разрабатывать и совершенствовать бонусные и скидочные программы, чтобы побуждать клиентов

К проблемам кредитных карт можно отнести следующее:

1. Снятие наличных и штрафа за просрочку платежа. За снятие наличных средств даже в собственном банкомате, банк взимает достаточно высокую комиссию. Штрафы за несвоевременное погашение задолженности начисляются в размере до 0,5% за каждый день просрочки.

2. Платный выпуск и обслуживание.

3. Процентная ставка и скрытые начисления. Обычно процентная ставка по кредитке превышает ставку по потребительскому кредиту, выданном непосредственно в финансовом учреждении. А также существуют скрытые начисления по карте (ее не использование, открытие или закрытие и т.д.) и др.

4. Кредитная карта может являться достаточно хорошей альтернативой потребительскому кредиту и кредиту на неотложные нужды. Одними из основных преимуществ кредитных карт перед обычными кредитками является возможность клиента не отчитываться перед банком о целевом использовании кредита, а также возможность постоянного возобновления кредитной линии после погашения[27].

Еще один недостаток – это дополнительные сборы. Средняя стоимость одного года обслуживания составляет 1000 рублей. Кроме того, при снятии наличных в банкоматах и пунктах выдачи наличных своего банка клиент будет вынужден каждый раз платить комиссию, которая варьируется в пределах от 4,5- 5,5% от суммы выдачи.

Также можно выделить ряд преимуществ кредитных карт:

Самым главным преимуществом кредитной карты является льготный период, который, в среднем, составляет 55 дней. Держатель кредитной карты может снимать кредитные средства с карточки и пользоваться ими до 55 дней абсолютно бесплатно. При погашении кредита в рамках льготного периода с клиента не возьмут ни одного процента переплаты.

Еще одним неоспоримым преимуществом можно считать отсутствие необходимости вступать в контакт с представителями банковского учреждения, когда вам срочно нужны деньги.

1. Еще одной положительной стороной является то, что кредитная карта оформляется без финансового поручительства и предоставления залога.

Грамотное пользование кредитными картами может сделать жизнь комфортнее, но только при соблюдении определенных рекомендаций. Во-первых, необходимо уточнить размер тарифов за пользование картой. Во-вторых, следует узнать, по каким операциям есть льготный период кредитования. В некоторых банках льготный период действует только по определенным операциям. В-третьих, очень важно уточнить расчет льготного периода кредитования.

На основании изученной информации и проведенного сравнения можно сделать вывод, что взять кредит наличными выгоднее, чем взять кредит по карте. Кредитная карта выгодна только в том случае, если вы в течение льготного периода полностью закрываете задолженность.

1.3 Анализ развития рынка пластиковых карт в России

Рынок банковских карт в российской экономике является одним из наиболее динамично развивающихся сегментов банковского бизнеса за счет его низкой освоенности. Спецификой российского рынка банковских карт является его развитие в основном за счет зарплатных проектов, а не за счет индивидуальных вкладчиков и держателей карт. Доля зарплатных карт в России составляет около 80% от всех выпущенных карт, владельцы которых после начисления заработной платы сразу же снимают ее в банкомате, отсюда и возникает высокий процент снятия наличных денежных средств [1, с.13].

При этом, по мнению экспертов, российский рынок платежных карт имеет огромный потенциал для роста, так как более 15% россиян практически не используют банковские карты в повседневной жизни, а 80% вообще предпочитают рассчитываться наличными.

Данные о количестве кредитных организаций, осуществляющих эмиссию платежных карт представлены на рис. 1.1, из которой видно, что число данных организаций сокращается. Это связано с общей тенденцией сокращения кредитных организаций в РФ. [42]

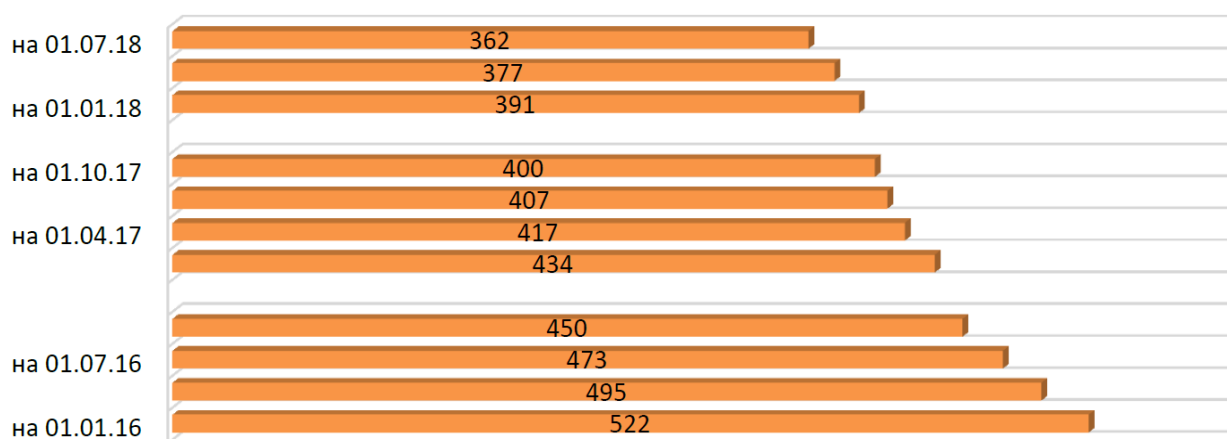


Рис.1.1. Количество кредитных организаций, осуществляющих эмиссию платежных карт в 2016-2018 гг, ед.

В результате политики Центрального банка РФ, направленной на

сокращение количества оперирующих на рынке банков (отзыв лицензий), общее количество кредитных организаций, осуществляющих эмиссию платежных карт, сокращается. Так, за 2 года (с 01.01.2016 по 01.01.2018) число банков, работающих с платежными картами в РФ, сократилось на 131 единицу[20].

Рассмотрим динамику количества платежных карт, эмитированных кредитными организациями за 2016-2018гг, исходя из данных статистической отчетности Центрального банка Российской Федерации, представленных в таблице 1.3.

Таблица 1.3

Количество платежных карт, эмитированных кредитными организациями в 2016-2018гг., тыс.ед.

Показатель	Всего банковских карт	в том числе:		
		расчетные карты	из них:	кредитные карты
			расчетные карты с «овердрафтом»	
2016 год				
на 01.01.16	243 907	214 443	37 621	29 464
на 01.04.16	242 464	212 113	34 482	30 351
на 01.07.16	248 951	218 877	34 156	30 074
на 01.10.16	250 957	221 346	35 502	29 611
2017 год				
на 01.01.17	254 737	224 592	34 230	30 144
на 01.04.17	253 509	223 713	-	29 796
на 01.07.17	259 676	229 190	-	30 486
на 01.10.17	267 219	235 956	-	31 263
2018 год				
на 01.01.18	271 711	239 556	-	32 155
на 01.04.18	267 036	234 546	-	32 491
на 01.07.18	268 556	235 406	-	33 150

Исходя из данных таблицы 1.3 можно сделать вывод о стабильном росте объема выпуска банковских карт. В период с 01.01.16 по 01.01.18 их количество увеличилось на 27 804 тыс. ед. Это связано с активным продвижением банками своих платежных карт посредством введения кэшбэка, периодического увеличения его процентов, созданием бонусных программ для

клиентов, позволяющих использовать накопленные баллы. Также рост эмиссии банковских карт связан с полностью бесплатным обслуживанием или бесплатным обслуживанием при выполнении определенных условий банка. Данные методы позволяют привлечь новых клиентов и удержать старых, а последним в свою очередь предоставляется возможность хранить и использовать свои накопления без иных доплат. Из общего количества эмитированных банковских карт с 01.01.2016 г. по 01.01.2018 г. объем эмиссии расчетных (дебетовых) карт составляет 25 113 тыс. ед. или 90,3%. На кредитные карты приходится 2 691 тыс. ед. или 9,7% эмиссии[20]. Увеличению количества эмиссии кредитных карт способствует возможность удаленного получения карты, для многих карт не требуется подтверждение платежеспособности, определен льготный период оплаты процентов по кредиту, доступный дневной лимит, программы лояльности.

Далее проанализируем, как используются банковские карты в настоящее время на основе данных таблицы 1.4.

Таблица 1.4

Структура операций с банковскими платежными картами в российской экономике в 2015-2017 гг.

Показатель	01.01.2016 г.	01.01.2017 г.	01.01.2018 г.
Объем операций, млрд.руб.	28616,1	34668,5	39703,3
Операции по получению наличных, млрд.руб.	20902,8	23212,2	23951,2
Доля операций по получению наличных, %	73,0	67,0	60,3
Темп роста операций с наличными, %	117,2	111,0	110,3
Операции по оплате товаров работ, услуг, млрд.руб.	5176,0	7138,9	9002,8
Доля операций по расчетам картами, %	27,0	33,0	39,7
Темп роста операций по расчетам, %	141,4	137,9	126,1

Анализируя данные таблицы 1.4 можно сделать вывод, что банковские карты все шире используются как платежное средство. Так

операции по оплате товаров и услуг за исследуемый период выросли с 557,7 млрд. руб. в 2012 году до 9002,8 млрд. руб. в 2017 году, что способствовало наращиванию их доли с 14,7% в 2012 году до 39,7% в 2017 году. Отрицательным моментом является то, что большая часть операций с платежными картами пока занимают операции по снятию наличных средств и данный показатель также растет с 3229,2 млрд. руб. в 2012 году до 23951,2 млрд. руб. в 2017 году.

Приведенные изменения в структуре также свидетельствуют о том, что торговые сети активно способствуют развитию пластиковых карт посредством применения эквайринга в своих точках [38]. Исследуя инфраструктуру, предназначенную для обслуживания банковских карт, можно сказать, что она с каждым годом хоть и увеличивается, но считается недостаточно развитой. Согласно данным Банка России на территории РФ на 01.01.2018 года расположено 140,5 тысячи банкоматов с функцией выдачи наличных денег, из них 85% банкоматов предоставляют функцию оплаты товаров и услуг, а также приема наличных денег [33, с.114].

Несмотря на положительные тенденции в развитии рынка платежных карт РФ, он имеет ряд проблем, которые связаны в основном с поздним развитием собственных ресурсов, обеспечивающих функционирование национальной платежной системы. Наиболее важной задачей считается обеспечение безопасности использования платежных карт и совершаемых операций, защиты персональных данных клиентов и их счетов от нелегального снятия средств. От безопасности банковской карты зависит не только лояльность клиента, но и доходность карточного бизнеса (снижение рисков и убытков). В связи с этим важной функцией банковской карты является идентификация ее держателя при осуществлении им безналичных расчетов. [35]

Для разрешения данной проблемы, а также обеспечения охраны данных коммерческими банками используются следующие способы:

1. Технология прямого подключения через устройства возле касс без

передачи своей карты в другие руки (позволяет провести операцию самостоятельно);

2. Технология бесконтактной оплаты при помощи телефона или самой карты;

3. Защита пользователя с помощью его биометрических данных (например, отпечаток пальца);

4. Двойная защита данных (через пароль и СМС на номер телефона, привязанный к карте).

С помощью данных тщательных способов защиты персональных данных клиента, а также его денежных средств, банки повышают к себе доверие. Это способствует притоку новых клиентов, активов и возможностей для развития банка. Также развитие единой национальной платежной системы и выпуск карт «Мир» способствует независимости от мировых платежных систем, позволяет проводить все операции по картам на территории РФ. Таким образом, этот способ является наиболее безопасным, так как не происходит отток данных о клиентах за границу, их денежные средства хранятся и остаются при расчетах на территории страны.

Учитывая современные приоритеты развития банковского бизнеса, основанные на использовании новейших технологий оказания банковских услуг, в том числе и электронных денег, пластиковых карт, коммерческим банкам следует активно развивать карточный бизнес, стимулируя эффективное использование эмитированных банковских карт].

Таким образом, рынок кредитных карт все больше становится полем конкурентной борьбы между российскими банками [33, с.118]. Операции по кредитным картам относятся к числу наиболее доходных видов банковской деятельности, так как в среднем доход на единицу затрат в карточном бизнесе выше, чем по другим видам операций платежных терминалов с функцией приема наличных денег.

ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ КРЕДИТНЫХ КАРТ В БАНКЕ ВТБ (ПАО) И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ РАЗВИТИЯ

2.1. Организационно-экономическая характеристика Банка ВТБ (ПАО)

История банка «ВТБ» начинается с 1990 года. В октябре 1990 года был учрежден Банк Внешней торговли (ВнешТоргБанк) при содействии Государственного Банка и Министерства финансов РСФСР. Изначально предполагалось, что ВнешТоргБанк будет ориентирован на обслуживание внешнеэкономических операций России и будет способствовать интеграции страны в мировую экономику.

Генеральная лицензия под номером 1000 на проведение банковских операций в рублях и иностранной валюте была выдана банку «ВТБ» 2 января 1991 года. Уже в 1994 году банк «ВТБ» по версии журнала The Banker входил в число 500 наиболее капитализированных банков мира [41].

В 1997 году Банк «ВТБ» из закрытого акционерного общества преобразовали в открытое. Центральный банк РФ выступил главным акционером – его доля составляла 96,8%. Впоследствии доля Центрального банка была увеличена до 99,9%, при этом уставный капитал банка «ВТБ» вырос до 42,1 млрд рублей. После преобразования по уровню капитализации банк «ВТБ» занял уже 222-ю строчку рейтинга журнала The Banker [7].

В 2002 году банк «ВТБ» перешел в собственность Правительства РФ, которое выкупило долю ЦБ РФ. В этот же год сменяется команда ведущих менеджеров банка, президентом – председателем правления становится Андрей Леонидович Костин. Перед сотрудниками банка была поставлена стратегическая задача: превратить банк «ВТБ» в ведущий банковский институт страны по всем ключевым сегментам, включая как инвестиционно-банковские услуги, так и розничный бизнес [18].

В 2004 году на основе «Гута-банка» создается банк «ВТБ24», ориентированный на розничный бизнес. В 2005 году укрепились позиции в Северо-Западном регионе посредством приобретения Санкт-Петербургского «Промышленно-строительного банка».

В 2007 году банк «ВТБ» проводит первое публичное размещение акций (IPO) в истории российских банков. Объем привлеченных средств на Лондонской бирже перешагнул за отметку в 8 млрд долларов США, при этом спрос на депозитарные расписки (GDR) превысил предложение в 9 раз [18]. В России интерес к бумагам «ВТБ» проявили более 120 тыс. граждан. Процесс преобразования банка «ВТБ» в публичную компанию отразился и на открытости кредитного учреждения. Так, в аппарат управления были введены независимые директора, был сформирован комитет по аудиту при Наблюдательном Совете, появилось управление по работе с инвесторами. Произведенные изменения были отмечены ведущим западным рейтинговым агентством Standard & Poor's, которое включило банк «ВТБ» в перечень наиболее прозрачных российских банков.

В 2008 году банк «ВТБ» получает лицензию на осуществление банковской деятельности в Китае и Индии, открывает там свои филиалы. В этом же году объединяется инвестиционный бизнес «ВТБ» посредством объединения «ВТБ Капитал» и «ВТБ Капитал плс» за рубежом [18]. Финансовый кризис 2008 года вынудил «ВТБ» скорректировать курс развития. Ключевой задачей для «ВТБ» в этот период стало обеспечение стабильной работы и сохранение устойчивости основных показателей [18]. В качестве задействованных антикризисных мер можно выделить:

- корректировка кредитной политики;
- совершенствование системы управления рисками;
- интенсификация работы с проблемной задолженностью;
- расширение источников фондирования;
- укрепление капитальной базы;

– сокращение издержек.

Группа «ВТБ» пережила кризис, при этом плановые значения большинства ключевых показателей, установленных в стратегии на конец 2009 года, удалось перевыполнить. Так, по активам план был перевыполнен на 4%, кредитному портфелю – на 3%, клиентским пассивам – на 21%, по комиссионным и процентным доходам – на 10% [7].

С 2010 по 2013 год чистая прибыль Группы «ВТБ» росла, за тот же период активы выросли в 2,4 раза до 8,8 трлн рублей, кредитный портфель – в 2,5 раза до 6,6 трлн рублей, средства клиентов – в 2,7 раза до 4,3 трлн руб. Этому частично поспособствовали поглощения и создание нового кредитного учреждения: в 2010 году приобретается «ТрансКредитБанк», в 2011 году – «Банк Москвы», в 2012 году на основе Брянского «Бежица-банка» был создан «Лето банк». «Лето банк» задумывался как розничный банк, ориентированный на массовое потребительское кредитование. В 2013 году бренд «Лето банк» был отмечен среди наиболее успешно развивающихся брендов 2013 года .

В феврале 2011 года было продано 10% акций, принадлежавших Правительству РФ. В мае 2013 года после дополнительной эмиссии доля, принадлежавшая государству, сократилась до 60,93%.

Согласно стратегии 2014-2016 гг. группа «ВТБ»:

1) достигла следующих целей:

- сохранения лидирующих позиций на российском банковском рынке;
- повышения эффективности и оптимизации расходов;
- дальнейшее развитие модели управления;

2) перевыполнила цели:

- по работе с корпоративными клиентами;
- по укреплению позиций на рынке обслуживания населения.

За указанный период рыночная доля кредитования юридических лиц группы «ВТБ» выросла до 16%, доля кредитования физ. лиц – до 20%, в

привлеченных средствах корпоративных клиентов доля выросла до 23%, физ. лиц – до 11% [41].

Также в 2014-2016 гг. был реализован ряд крупных стратегических проектов, направленных на укрепление рыночных позиций и диверсификацию бизнеса, а также на повышение внутренней эффективности и качества управления [41]:

- создана Глобальная бизнес-линия «Средний бизнес», усилены позиции Группы в сегменте средних компаний и регионального бизнеса РФ;
- проведена интеграция ОАО «Банк Москвы» – крупнейший проект по объединению банков на российском рынке, который позволил достичь существенной экономии расходов, и повысил качество управления;
- совместно с Почтой России создан ПАО «Почта Банк» на базе «Лето банка».

В декабре 2016 года Наблюдательным советом группы «ВТБ» была принята стратегия на 2017-2019 гг. В данной стратегии были поставлены следующие цели :

- увеличение прибыли группы «ВТБ» до 200 млрд рублей;
- сохранение и развитие лидирующих позиций на российском банковском рынке;
- построение единого универсального банка;
- проведение масштабной технологической модернизации;
- оптимизация структуры и стоимости фондирования группы «ВТБ»;
- увеличение объема и удельного веса привлеченных средств населения;
- наращивание объемов кредитования корпоративных клиентов.

В данный момент группа «ВТБ» в рамках цели по формированию единого универсального банка производит объединение банка «ВТБ24» и банка «ВТБ». Предполагается, что данная мера позволит повысить

эффективность управления Группой и взаимодействия бизнес-линий, создать единую команду из лучших представителей банков .

Для оценки эффективности работы Банка ВТБ (ПАО) проанализируем динамику ключевых показателей по данным консолидированной финансовой отчетности Банка по Международных стандартов отчётности (МСФО)[22].

Чистая ссудная задолженность включает в себя кредиты, предоставленные кредитным организациям, прочим юридическим лицам и физическим лицам, а также прочую задолженность, приравненную к ссудной. Банк предоставляет кредиты преимущественно резидентам Российской Федерации и нерезидентам, осуществляющим деятельность на территории Российской Федерации (табл. 2.1).

Таблица 2.1

Структура кредитного портфеля Банка ВТБ (ПАО) за 2015-2017 гг.

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Объем выданных кредитов и авансов, в млрд. рублей	10110	9487	9773
– доля кредитов и авансов физ. лицам (за вычетом резервов), в %	19%	23%	25%
– доля кредитов и авансов юр. лицам (за вычетом резервов), в %	81%	77%	75%
Темп прироста (цепной), в %	10%	-6%	3%

Как видно из таблицы 2.1, динамика по кредитному портфелю за исследуемый период совпадает с динамикой активов. Совокупно за исследуемый период объем кредитов вырос на 48% или на 3152 млрд в абсолютном выражении. Стоит обратить внимание на структуру кредитного портфеля: его основу составляют кредиты и авансовые платежи юридическим лицам (организациям), при этом в 2015 году их доля была максимально высокой и составляла 81%. По состоянию на 31.12 2017 года удельный вес кредитов и авансовых платежей юр. лицам составлял 75%, что является минимальным значением по данному показателю за исследованный период. Соответственно, доля кредитов и авансовых платежей физ. лицам выросла до

25%, что является следствием курса банка «ВТБ» на увеличение числа кредитов, выдаваемых населению.

Динамика чистых операционных доходов (до создания резервов) Группы «ВТБ» за 2015-2017 гг. представлена в таблице 2.2.

Таблица 2.2

Динамика чистых операционных доходов (до создания резервов)

Группы «ВТБ» за 2015-2017 гг.

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Чистые операционные доходы, в млрд рублей	415	511	593
– чистые процентные доходы, в %	70%	81%	78%
– чистые комиссионные доходы, в %	18%	16%	16%
– прочие операционные доходы, в %	12%	3%	6%
Темп прироста (цепной), в %	-22%	23%	16%

Чистые операционные доходы за исследуемый период, как видно из таблицы 2.2, выросли к концу 2014 года на 28%, но к концу 2015 года, по причинам описанным ранее при анализе активов, снизились ниже уровня 2013 года. Далее наблюдался умеренный рост в течении следующих 2-х лет, вследствие которого размер чистого операционного дохода к концу 2017 года достиг своего максимума за исследуемый период в 593 млрд рублей[23].

Таким образом совокупный рост показателя составил 43% или 177 млрд рублей. Структура операционных доходов претерпевала изменения в соответствии с их динамикой. Так, в 2015 году, когда наблюдался минимум за исследуемый период, чистые процентные доходы составляли 70% удельного веса, чистые комиссионные доходы – 18%, прочие операционные доходы – 12%. К концу 2017 года удельный вес процентных доходов вырос до 78%, комиссионных и прочих операционных доходов снизился до 16% и 6% соответственно. В целом можно отметить, что базой операционных доходов выступают процентные доходы: их доля в структуре за весь исследуемый период не опускалась ниже 65%. При этом комиссионные доходы в среднем

формировали 15% операционных доходов, все остальное – прочие операционные доходы.

Далее проанализируем динамику чистой прибыли Банка за 2015-2017 гг. на рис.2.1.



*по данным неаудированной промежуточной отчетности по МСФО [Ошибка! Источник ссылки не найден.]

Рис.2.1. Динамика чистой прибыли Банка ВТБ (ПАО) за 2013-2017 гг.

Как видно на рис. 2.1, что прибыль к концу 2015 года выросла более чем в 2 раза до 1,7 млрд рублей (2% от чистой прибыли 2013 года). С 2016 года Группа «ВТБ» стала усиленными темпами наращивать прибыль. К концу 2017 года чистая прибыль составила 120,1 млрд рублей, тем самым превысив докризисный уровень 2013 года. Согласно промежуточной неаудированной отчетности по МСФО за 10 месяцев 2018 года показатель чистой прибыли достиг отметки в 151,9 млрд рублей, что уже больше показателя 2017 года на 26%.

Целевое значение чистой прибыли Группы «ВТБ» на 2019 год установлено на уровне 200 млрд рублей. Если оценивать абсолютный прирост с 2016 года, когда Группа «ВТБ» стала существенно наращивать свою чистую прибыль, средний абсолютный годовой прирост составляет на текущий момент +50 млрд рублей (при условии неполных данных о чистой прибыли за

2018 год) [7]. При таком среднегодовом приросте и отсутствии серьезных потрясений в российской экономике и на мировых финансовых рынках достижение планового уровня в 200 млрд рублей в 2019 году видится вполне достижимым.

Если оценивать с учетом текущей динамики чистой прибыли с 2016 года (замедление темпов прироста), то при имеющихся данных прогнозируемый уровень прибыли к концу 2019 года находится на уровне 175 млрд рублей (фактически может быть выше при учете полных данных по чистой прибыли за 2018 год), что меньше планового уровня Группы «ВТБ». Как следствие, в интересах Группы «ВТБ» увеличить цепной темп прироста чистой прибыли к концу 2019 года не менее чем на 6% по сравнению с результатом по истечении 10 месяцев 2018 года для достижения планового показателя по чистой прибыли в 200 млрд рублей.

Таким образом, можно отметить, что несмотря на кризисный период 2015-2016 гг. основные финансово-экономические показатели были выведены на докризисный уровень и успешно его преодолели. Это означает, что Группа «ВТБ» адаптировалась к новым экономическим условиям и будет продолжать увеличивать свою долю на рынках банковских и финансовых услуг.

2.2. Анализ основных карточных продуктов Банка

В июле 2017 года запустил уникальный для рынка карточный продукт «Мультикарта», который объединил в себе все преимущества кредитных и дебетовых карт ВТБ, позволил упростить линейку до одного продукта для продажи в точках продаж и выбора клиентом.

«Мультикарта» – единый продукт для всех ежедневных операций клиента: расчеты по карте, сбережения, платежи и переводы, получение кредита в рамках кредитной карты, которая также доступна в рамках пакетного продукта.

Продукт получил признание профессионального сообщества: по итогам 2017 года он был признан «Лучшим карточным продуктом» по версии портала banki.ru. В октябре 2017 года «Мультикарта» стала основным продуктом для продажи в зарплатном канале. Ее запуск позволил увеличить заявки на карты во втором полугодии 2017 года в 5 раз[14].

На данный момент клиентам – сотрудникам организации в зависимости от статуса и уровня дохода сотрудника банк «ВТБ» может предложить 3 основных вида карт (представлены на рис. 2.2) [14]:

- дебетовую зарплатную «Мультикарту ВТБ» (основной продукт);
- дебетовую зарплатную «Мультикарту ВТБ Тройка» (реализуется в Москве и МО)
- дебетовую «Мультикарту Привилегия» с повышенными лимитами (в основном выдается управляющим, директорам, ведущим специалистам – при высоком уровне заработной платы).



Рис. 2.2. Дебетовые карты Банка ВТБ (ПАО)

Наиболее распространенной современной зарплатной картой банка «ВТБ» на территории Белгородской области является «Мультикарта ВТБ» (в данном случае не учитываются старые зарплатные карты типа «Классическая», «Золотая», «Платиновая» – по ним сохраняются тарифы, но к выдаче они не предлагаются). Зарплатная «Мультикарта ВТБ» обладает следующими преимуществами:

- не взимается комиссия за обслуживание;

- автоматически при оформлении подключается SMS-оповещение о транзакциях по карте: комиссия за SMS-информирование не взимается;
- возможно бескомиссионное снятие наличных в банкоматах любых банков;
- лимит на ежедневное снятие наличных в банкомате – 350000 рублей, в месяц – 2000000 рублей;
- бесплатное пополнение карты с карт других банков;
- перевод денег с карты на другие карты «ВТБ» (в домашнем и эмитированные в других регионах) без комиссии;
- возможность открытия счетов в 3-х валютах (рубли, доллары США, евро);
- возможность вернуть комиссию за переводы на карты сторонних банков при выполнении условий (без выполнения условий – комиссия 1,25%, минимум 50 рублей);
- возможность бесплатного подключения 7 дополнительных опций (4 опции типа Cashback, бонусная опция «Коллекция», опция «Накопление» к накопительному счету, опция «Заемщик»);
- возможность дополнительно оформить к мастер-счету до 5 карт бесплатно;
- совместима с сервисами ApplePay, GooglePay, SamsungPay
- возможность начисления процентов на остаток на счете (до 6 % в зависимости от остатка);
- наличие Интернет-банка и мобильного приложения;
- технология бесконтактной оплаты (PayWave, PayPass);
- карта доступна с 3-я платежными системами: VISA, MasterCard, МИР.

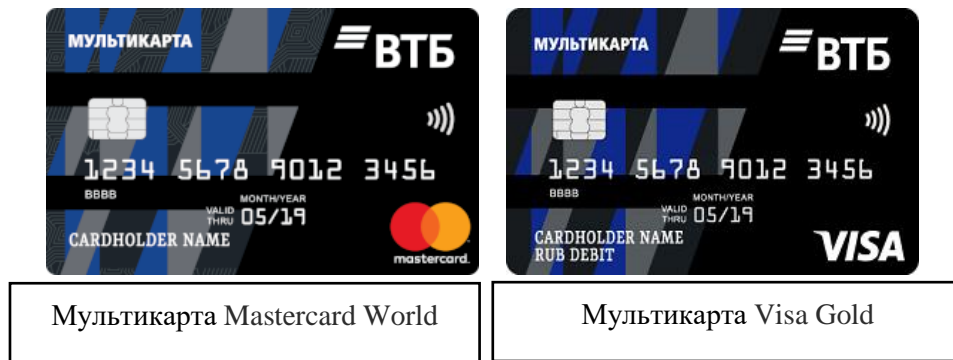


Рис. 2.3. Кредитные карты Банка ВТБ (ПАО)

Для оформления карты необходимо:

1. Заполнить заявку на сайте.
2. За один рабочий день банк примет решение по вашей заявке, ответ вы получите по SMS.

3. Карта будет выпущена и доставлена в выбранное вами отделение банка, уведомление вы получите по SMS.

4. Придите в офис ВТБ с комплектом документов для получения карты.

Основными требованиями к заемщику являются:

- возраст: от 21 года до 70 лет;
- доход: от 15 000 рублей;
- гражданство РФ и постоянная регистрация в регионе присутствия банка[40].

К Документам, которые необходимы для получения кредитной мультикарты ВТБ относятся:

- паспорт гражданина РФ

При лимите более 300 тыс. рублей потребуется подтверждение дохода (на выбор): справка 2-НДФЛ; справка по форме банка.

К преимуществам кредитной мультикарты банка ВТБ следует отнести следующие особенности: ежемесячная комиссия за обслуживание Мультикарты ВТБ не взимается при условии покупок по всем картам (кредитным, дебетовым, основной и всем дополнительным) в пакете

банковских услуг «Мультикарта» на общую сумму более 5 тыс. руб. в месяц. Если условие не выполняется, комиссия составит 249 руб. в месяц.

Комиссия за оформление Мультикарты ВТБ не взимается при подаче заявки на сайте банка.

При оформлении в отделении — взимается комиссия в размере 249 рублей и возвращается на мастер-счет в виде cash back, если будут выполнены условия бесплатного обслуживания в течение первого месяца пользования Мультикартой.

Среди недостатков «Мультикарты ВТБ» можно отметить:

- возвратный механизм некоторых комиссий – может неверно восприниматься клиентом;
- сложный механизм начисления бонусных опций;
- отсутствие ко-бейджинговых вариантов (карт с 2-я платежными системами) для сотрудников бюджетной сферы;
- отсутствие SMS-команд и USSD-запросов через специализированный мобильный номер;
- отсутствует возможность выпуска карты без технологии бесконтактной оплаты.

В целом, оценивая карту «Мультикарта ВТБ» можно отметить, что наиболее эффективно преимущества карты раскрываются при ее активном использовании, особенно в части приобретения (безналичной оплаты) товаров, работ и услуг. Также необходимо владеть навыками и техническими возможностями для пользования личным кабинетом в Интернет-банке или мобильном приложении (ВТБ-Онлайн). При этом карта подходит и менее подготовленным пользователям: так, возможность бескомиссионного снятия денег с банкоматов сторонних банков существенно расширяет сеть доступных для клиентов точек получения наличности.

Согласно действующим тарифам по «Мультикарте ВТБ» переводы на карты банка ВТБ независимо от региона выпуска совершаются без комиссии,

как и пополнение самой «Мультикарты» с карты стороннего банка [41]. Комиссия взимается при переводах на карты сторонних банков в размере 1,25% (минимум 50 рублей), при переводах, не превышающих 20000 рублей комиссию можно вернуть в виде Cashback в следующем месяце, если тратить по дебетовой «Мультикарте» (или по всем картам, привязанным к мастер-счету) свыше 5000 рублей в месяц. Стоит отметить, что данные тарифы справедливы для осуществления подобных переводов через мобильное приложение банка «ВТБ» или «Интернет-банк» [22].

Банк «ВТБ» дополнительно ранжирует комиссии по денежным переводом физ. лиц в зависимости от каналов продаж. Основными каналами продаж являются:

- офис, подразделение банка «ВТБ»;
- Интернет-банк или приложение ВТБ-Онлайн;
- сайт банка «ВТБ»;
- электронная торговая площадка, заключившая с Банком договор и работающая через сервис провайдера.

В целом, анализируя собранный материал по кредитным картам можно отметить, что каждый пластиковый продукт имеет как свои преимущества, так и свои недостатки, и выбор конкретной зарплатной карточки зависит от предпочтений и платежного поведения каждого сотрудника. Однако ключевое отличие Мультикарт от розничных заключается в отсутствии вариативности, которое проявляется в 2-х аспектах. С одной стороны, поскольку договор с тем или иным банком заключается организацией, сотрудник зачастую вынужден пользоваться услугами того банка, с которым заключается договор на обслуживание.

С другой стороны, линейка кредитных продуктов меньше, нежели розничная линейка дебетовых карт, следовательно зарплатный сотрудник получает доступ к ограниченному банком комплексу услуг, и при желании

подключения дополнительных опций в большинстве случаев вынужден за них переплачивать.

2.3. Оценка эффективности реализации кредитных карт в Банке ВТБ (ПАО)

Один из основных показателей все работы банка является уровень организации кредитного портфеля. Любой коммерческий банк имеет Положение о кредитовании клиентов.

Охарактеризуем качество кредитного портфеля Банка ВТБ (ПАО) за 2015 – 2017 годы. Для начала проведем анализ состава и структуры кредитного портфеля Банка ВТБ за 2015 - 2017 годы. Исходные данные для анализа приведены в таблице 2.3 [22].

Таблица 2.3

Анализ состава и структуры кредитного портфеля Банка ВТБ (ПАО)
за 2015 - 2017 г., млрд.руб.

Показатель	2015г.	2016г.	2017г.	Удел. вес в общей сумме кредитов, %		
				2015г.	2016г.	2017г.
Объем кредитного портфеля в т.ч.:	9437,5	8854,5	9171,4	100,0	100,0	100
кредиты, выданные юридическим лицам	7060,9	6674,8	6849,1	74,8	75,4	74,7
кредиты, выданные физическим лицам	1766,8	1990,0	2322,3	18,7	22,5	25,3
кредиты, выданные другим банкам	609,8	189,7	-	6,5	2,1	-

Акцент кредитной деятельности Банка ВТБ сделан на корпоративном кредитовании. Об этом свидетельствует высокая доля кредитов юридическим лицам в кредитном портфеле банка: в 2015 году – 74,8%, в 2016 году – 75,4%, в 2017 году – 74,7%. Остальную часть кредитного портфеля составляют преимущественно кредиты физическим лицам. Доля кредитов физическим

лицам в кредитном портфеле Банка в 2015 году 18,7%, в 2016 году – 22,5% , в 2017 году – 25,3% имеет положительную динамику: с годами происходит увеличение доли, связано это с увеличением выданных кредитов.

Доля кредитов, выданных другим банкам, сократилась и составила 2,1% в 2016 г. по сравнению с 6,5% в 2015 году, а то итогам 2017 года Банк вовсе прекратил выдавать кредиты другим банкам.

Продолжим анализ кредитного портфеля Банка ВТБ путем анализа структуры розничного кредитного портфеля Банка ВТБ в розничном сегменте за 2015 – 2017 годы на рис. 2.4.

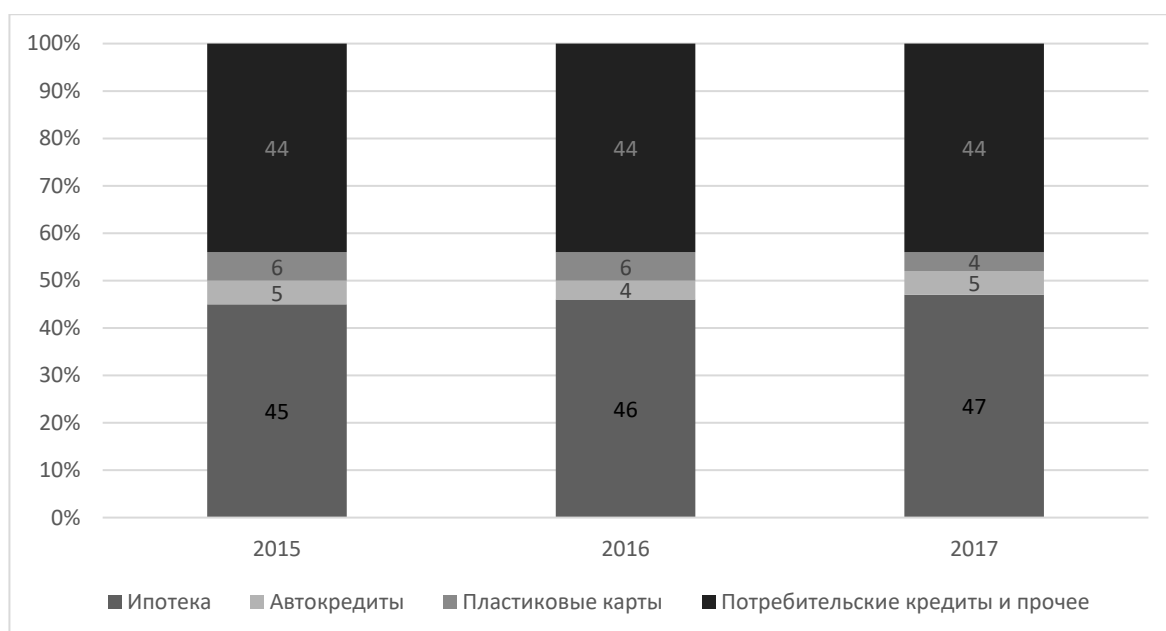


Рис.2.4 Структура розничного кредитного портфеля Банка ВТБ(ПАО) за 2015 – 2017 г., млрд.руб.

Так, по данным рис.2.4 в 2017 году объем выдачи кредитов физическим лицам банка ВТБ превысил 1 трлн рублей (по МСФО), что на четверть лучше результата 2016 г. Общий объем портфеля розничных кредитов вырос на 11% — до 2,2 трлн рублей. По итогам года доля розничного бизнеса Группы ВТБ на рынке (вместе с «Почта Банком») превысила 20%.

В сегменте потребительского кредитования ВТБ выдал свыше 1 млн кредитов на сумму 575 млрд рублей, что на треть превышает результат 2016 г.

Объем портфеля потребительских кредитов вырос на 14% и по итогам года составил 945 млрд рублей.

Также на треть увеличилась выдача ипотечных кредитов. Всего за 2017 г. на улучшение жилищных условий ВТБ выдал более 200 тысяч кредитов на 430 млрд рублей. Объем ипотечного портфеля ВТБ в течение года превысил историческую отметку в 1 трлн рублей, рост за год составил 10%.

Наибольший прирост выдач — почти в 1,5 раза — зафиксирован в сегменте автокредитования. За минувший год на приобретение новых автомобилей ВТБ выдал 116 тысяч кредитов общим объемом 71,5 млрд рублей. Портфель автокредитов превысил 100 млрд рублей, увеличившись почти на 17%.

Доля ВТБ на рынке кредитования физлиц на начало 2018 г. составила 18,54%, вместе с «Почта Банком» — 20,18%. Таким образом, розничный бизнес Группы ВТБ выдает уже каждый пятый кредит физическим лицам в России.

Что касается карточного бизнеса Банка, то в 2017 году клиенты банка могли оформить банковские карты в ВТБ 24, ВТБ и Почта банке.

Представим динамику портфеля банковских карт Банка за анализируемый период на рис.2.5.

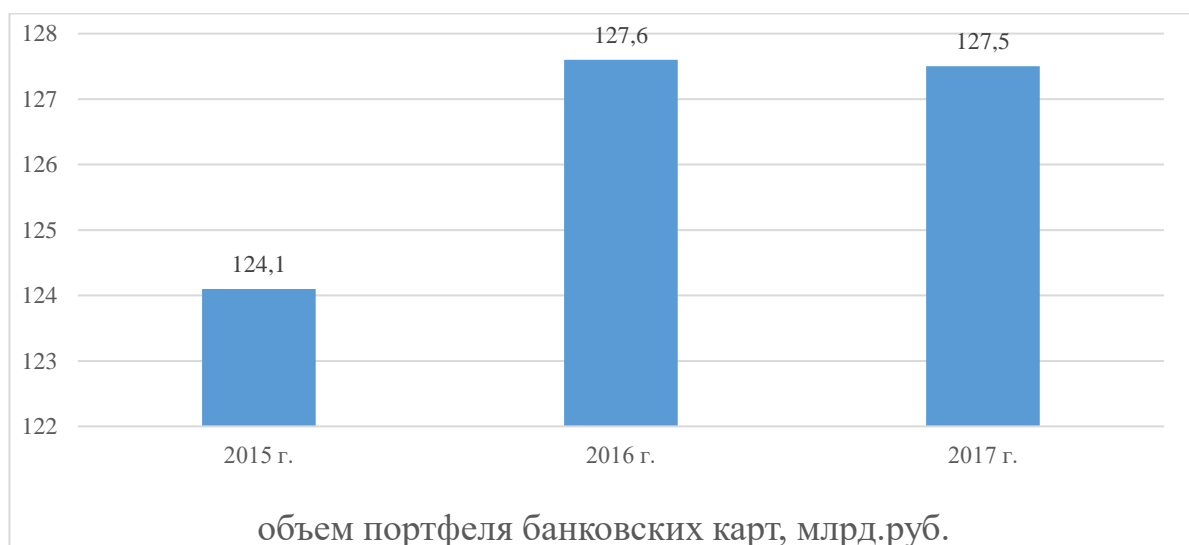


Рис.2.5. Динамика портфеля банковских карт Банка ВТБ(ПАО) за 2015-2017 гг., млрд.руб.

По данным рис.2.5 наблюдается положительная динамика роста портфеля, на 2,7%, т.е. с 124,1 млрд.руб. до 127,5 млрд.руб.

Кроме того, в 2017 году ВТБ было выпущено около 13 млн пластиковых и 2,3 млн виртуальных карт, что превысило выпуск пластиковых карт в 2016 году на 29 %. В рамках процесса становления НСПК «Мир» ВТБ было реализовано подключение к кешбэк-сервису платежной системы «Мир». В 2017 году участниками данной программы стали 5 200 клиентов ВТБ.

В дополнение к реализованным сервисам оплаты с помощью телефона Apple Pay и Samsung Pay в 2017 году ВТБ реализовал сервис оплаты с помощью телефона Android Pay и часов Garmin Pay для платежных систем Visa и Mastercard. Суммарный объем операций с помощью телефона и часов в 2017 году превысил 20 млрд рублей. Количество клиентов, подключившихся к сервису, превысило 450 тыс. человек[40].

По прогнозам аналитиков банка, розничный бизнеса ВТБ вчетверо увеличит долю эмитированных бесконтактных карт, доведя ее до 70% по итогам 2018 года. Всего в следующем году банк выпустит более 20 миллионов пластиковых карт, что на 20% выше результата текущего года.

Из 20 миллионов банковских карт, запланированных ВТБ к выпуску в следующем году, четверть будет открыта в рамках зарплатных проектов. Объем эмиссии карт на базе платежной системы «Мир» в 2018 году составит около 3 миллионов штук

Далее оценим качество предоставленных кредитов физическим лицам посредством кредитных карт, проанализировав уровень просроченной задолженности по срокам, прошедшим с даты задержки платежа в таблице 2.4.

Структурный анализ просроченной задолженности по кредитным картам физических лиц по срокам, прошедшим с даты задержки платежа банка ВТБ за 2015-2017 гг.

Показатель	2015г.	2016г.	2017г.	Удел. вес в составе просроченной задолженности по кредитным картам, %		
				2015г.	2016г.	2017г.
Всего просроченная задолженность по кредитным картам, млрд.руб. в т.ч.:	5,1	3,6	3,3	100,0	100,0	100
от 1 до 30 дней	4,4	3,4	3,2	86,2	94,4	97,0
от 31 до 60 дней	0,5	0,2	0,1	9,8	5,6	3,0
от 61 до 90 дней	0,1	-	-	2,0	-	-
от 91 до 180 дней	0,1	-	-	2,0	-	-
от 181 до 1 года	-	-	-	-	-	-
свыше 1 года	-	-	-	-	-	-
Доля просроченной задолженности по кредитным картам в общем сумме просроченной задолженности физических лиц,%	8,1	7,5	7,1	-	-	-

Проанализировав уровень просроченной задолженности по кредитным картам физических лиц по срокам, прошедшим с даты задержки платежа можно заключить, что за 2015-2017 гг. данный показатель снизился практически в 2 раза, что свидетельствует об эффективной работе банка по реализации кредитных мультикарт. В структуре просроченной задолженности по кредитным картам наибольший удельный вес занимает просроченная задолженность сроком от 1 до 30 дней: в 2015 году -86,2 %, в 2016 году- 94,4%, в 2017 году-97,0%. Что касается просроченной задолженности сроком от 31 до 60 дней, то данный показатель снизился с 0,5 млрд.руб до 0,1 млрд.руб, составив 9,8% и 3,0% соответственно.

Доля просроченной задолженности по кредитным картам в общем сумме просроченной задолженности физических лиц также снизилась с 8,1% в 2015 году до 7,1% в 2017 году.

Таким образом, в будущем Банк продолжит реализовывать полноценную комплексную защиту операций по картам с использованием самообучающейся модели оценки рисков - «искусственный интеллект». Многоуровневая система, внедрение которой было завершено в третьем квартале текущего года, обеспечивает активное противодействие при обнаружении подозрительных транзакций по картам и в дистанционных каналах обслуживания физических и юридических лиц. Уже во время пилота она позволила снизить сумму потенциального риска от мошеннических угроз более чем в пять раз.

После присоединения ВТБ24 объем наличных, находящихся под управлением ВТБ, составил 120 миллиардов рублей. Для оптимизации потоков и остатков наличных денег на всю сеть объединенного банка будет распространено программное решение по управлению денежной наличностью. В 2018-2019 годах банк планирует получить эффект от сокращения затрат на фондирование около 3,5 миллиарда рублей.

2.4. Направления развития карточного бизнеса в условиях цифровизации рынка банковских продуктов и услуг

Современные параметры развития потребительского кредитования в коммерческих банках России определяют необходимость использования новых технологий банковского обслуживания. Таким инструментом являются кредитные карты, сочетающие в себе кредитные и расчетные функции и предоставляющие массу преимуществ, как клиентам, так и самим банкам.

Российский рынок кредитных карт имеет огромный потенциал для роста, так как более 15% россиян практически не используют банковские карты в повседневной жизни, а 80% вообще предпочитают рассчитываться наличными [15, с.117]. Между тем, население постепенно уходит от наличных, а клиентское обслуживание переходит в дистанционные каналы и, скорее всего, именно поэтому в необеспеченном кредитовании многие банки России делают ставку на кредитные карты. Перспективы рынка банковских кредитных карт в России неразрывно связаны с разрешением проблемы его узости, тормозящей развитие. Рассмотрим наиболее актуальные пути ее снятия (рис.2.6).

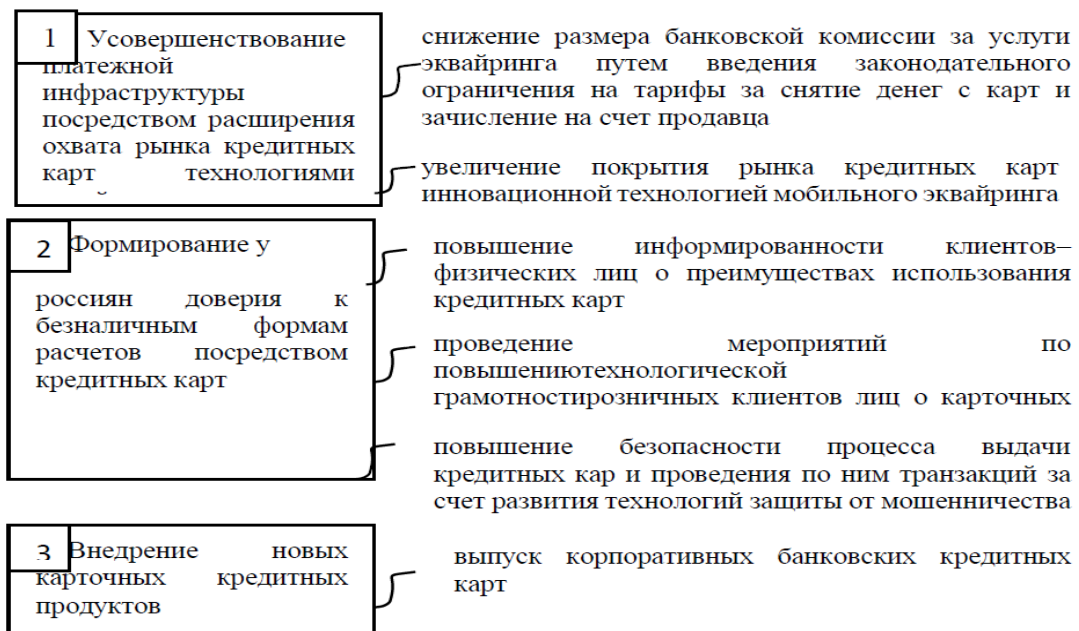


Рис. 2.6. Направления повышения эффективности рынка банковских кредитных карт в России

Платежная инфраструктура, включающая совокупность электронных устройств обслуживания операций по банковским пластиковым картам, в том числе кредитным, должна стать эффективной и удобной как для клиентов, так и для представителей розничного бизнеса.

Наиболее перспективным в развитии кредитных банковских карт видится усовершенствование эквайринга, причем всех его видов:

– торгового, предоставляющего возможность произвести оплату покупки через POS-устройства, привязанные к мест у торговли или обслуживания

– обменного (АТМ), суть которого состоит в обналичивании денежных средств с банковской карты через банкомат или специально настроенный POS-терминал (ПВН – пункт выдачи наличных). К данной сфере также относятся различные устройства самообслуживания, принимающие карты;

– мобильного, использующего мобильные считывающие устройства, не расположенные на территории торговых и обслуживающих организаций;

– интернет-эквайринга, предполагающего безналичную оплату через Интернет без дополнительного оборудования, но с применением специально разработанного web-интерфейса, который позволяет провести расчеты в интернет-магазинах и оплатить на специальных электронных платежных системах различные услуги [16, с.73].

Необходимость развития эквайринга обусловлена тем, что данный инструмент выгоден всем участникам бизнеса пластиковых кредитных карт.

Банк-эмитент получает доход от комиссии за выпуск и обслуживание карты, выдачу наличных с кредитной карты, а в отдельных случаях – от процентов за пользование кредитом и опять таки снятие наличных кредитных средств с карты. Банк-эквайер сдает оборудование в аренду или же продает торговой организации, получая с этого комиссию. Продавец экономит свои средства на инкассации и за счет сведения к минимуму ошибки кассира, уменьшает риск попадания в кассовые аппараты фальшивых банкнот, наращивает продажи более чем на 30 % в сравнении с наличными денежными платежами. Покупатель (держатель карты) расплачивается с торговой организацией простым и удобным способом без размена купюр и сдачи.

Несмотря на преимущества эквайринга, в современной России он все еще находится на стадии развития. Одной из наиболее явных причин этого является высокий уровень банковской комиссии за услуги эквайринга, что обусловлено обеспечением банком-эквайером защиты от кражи данных карты.

Так, обменный эквайринг обходится держателям карт в 0,5-5,9 % от суммы снятия наличных с кредитной карты, но это, если банкомат принадлежит банку–эмитенту карты. Если же средства снимаются в «чужом» банкомате, то банк–собственник устройства может взимать дополнительные проценты. Средняя величина тарифа за торговый эквайринг, с учетом комиссионных банку на снятие средств со счета, составляет 2,5-4 %. Интернет–эквайринг обходится интернет-магазинам в 3-6% от общей суммы оплаты товара покупателем. Комиссия, которую банк-эквайер взимает с юридического лица за каждую транзакцию при мобильном эквайринге доходит до 5%. С одной стороны размер комиссии может показаться не большим, однако торговые организации помимо этих затрат, также несут еще множество других издержек (например аренда помещений, заработная плата работников и т.д.). Поэтому для организаций торговли с небольшим денежным оборотом пользоваться услугами договора эквайринга не всегда экономически целесообразно и они отказываются от них, несмотря на увеличение выпуска платежных карт, в том числе кредитных.

Есть несколько путей снижения размера комиссии за услуги эквайринга. Так, в части торгового эквайринга целесообразно ввести ограничение на тарифы за снятие денег с карт и зачисление на счет продавца и установить его в размере 1-1,5 %. Уточним, что в 2014 г. у Банка России были предложения по ограничению тарифов на торговой эквайринг, однако Министерство финансов РФ не поддержало эту идею, аргументировав это тем, что рынок должен сам отрегулировать этот процесс. Также было бы более выгодным предоставлять POS-терминалы в аренду без платы за их обслуживание. Для того, чтобы осуществить данное нововведение, необходимо подготовить более подробную нормативную базу, которая бы регулировала все вопросы, касающиеся торгового эквайринга. Это было бы более верным в момент снижения платежеспособности граждан и уменьшения общей выручки продавцов. Более того, это бы способствовало бы развитию небольших торговых сетей [32, с.117].

Наименьшее развитие в российской инфраструктуре банковских карт получило использование инновационной технологии мобильного эквайринга, позволяющей превратить любой Android / Apple-смартфон в POS-терминал, принимающий оплату по банковским картам Visa, MasterCard, Мир. А между тем, она может быть востребована в следующих целевых сегментах:

- транспортные компании (крупные и небольшие таксомоторные компании, частные перевозчики, общественный транспорт, такси);
- интернет-магазины (продавцы товаров или услуг, осуществляющие торговую деятельность через интернет и использующие собственную курьерскую службу);
- розничные точки продаж (мелкие, средние и крупные магазины, а также киоски с печатной продукцией, точки быстрого питания, мини-кафе, бары, столовые, автосервисы, мойки, салоны красоты, цветочные магазины, страховые агенты, нотариусы, юристы, врачи частной практики, массажисты, художники, дизайнеры, услуги в парках развлечения и отдыха);
- рынки (продовольственные, вещевые, электронные, автомобильные, строительные) [12, с.180].

Плюсом мобильного эквайринга является относительно небольшая стоимость оборудования, которое зачастую представляет собой небольшое (в 3-4 раза меньше обычного терминала) и легкое устройство, подключаемое напрямую к смартфону компании. К тому же, отдельными коммерческими банками мобильный терминал предоставляется бесплатно, поэтому торговым организациям остается оплачивать только взимаемую комиссию. Остальные виды эквайринга требуют наличия дорогостоящих технических устройств банкоматов и терминалов, что делает их более дорогими и, соответственно, менее доступными для пользователей. К тому же, они привязывают процедуру оплаты кредитными картами к конкретным местам наличия банкоматов и терминалов. Напротив, использование мобильного эквайринга отличается мобильным характером (отсутствие проводов и привязки к конкретному месту, возможность подключения к любому смартфон) и

доступностью инфраструктуры. Причем, среди основных провайдеров российского рынка мобильного эквайринга именно коммерческие банки предлагают более конкурентные условия (таблица 2.5).

Таблица 2.5

Сравнение условий представления услуг мобильного эквайринга провайдерами в России [4]

Сравнительные характеристики	Провайдеры мобильного эквайринга		
	операторы мобильной связи	Интернет–магазины	коммерческие банки
Стоимость терминала	1600	бесплатно	бесплатно
Комиссия	2,75 %	2,75-2,89 %	2,7 %
Время активизации	3 рабочих дня	3-8 рабочих дней	1 рабочий день
Шифрование информации	да	да	да
Скорость зачисления денежных средств	1-3 рабочих дня	1-5 рабочих дней	1 рабочий день
Предоставление статистики сделок	да	да	да
Возможность модификации приложения для клиента	нет	нет	да

Из таблицы 2.5 видно, что конкурентоспособность банковских технологий на рынке мобильного эквайринга очень высока. К их конкурентным преимуществам относится бесплатное предоставление устройства, высокая скорость активации мобильного эквайринга, а также минимальная комиссия за платеж. Банки-эквайеры при продвижении мобильного эквайринга на рынок кредитных карт России могут также приводить отсутствие необходимости доступа к интернету, простоту и удобство использования. Процедура совершения сделки посредством данной технологии включает минимальный набор действий: мобильный терминал подключается к смартфону/планшету через разъем для наушников, затем к нему подключается банковская карта. В итоге, весь процесс оплаты занимает около 30 секунд. Удобный интерфейс содержит настраиваемый уровень доступа к истории операций для оператора, торговой точки, коммерческого банка.

Мобильный эквайринг отличает также высокая скорость установки – период времени от подключения услуги до активизации системы коммерческим банком вместе с установкой программного обеспечения составляет всего 1 ч. (вместо 1-3 недель для обычного терминала).

В числе достоинств использования мобильного эквайринга для платежей по кредитным картам следует выделить также документальное подтверждение операции – предусмотрена подпись операции на экране устройства с возможностью отправки копии чека клиенту – держателю карты. Кроме того, за счет автоматизации бизнес-процессов и предоставления дополнительных возможностей финансового анализа мобильный эквайринг обеспечивает электронный документооборот.

Для того, чтобы повысить популярность проведения платежей по кредитным картам средствами мобильного эквайринга, технология данного финансового инструмента должна быть продумана до мельчайших деталей. Большое внимание разработчикам мобильного эквайринга следует уделять безопасности совершения расчетов с его использованием. Система безопасности мобильного эквайринга должна предусматривать:

- сохранение в базе данных адреса совершения операции;
- соответствие требованиям стандарта PCI DSS;
- шифрование данных карты внутри мобильного картридера;
- наличие сессионного ключа на транзакцию (3DES, DUKPT);
- дополнительное шифрование канала между мобильным терминалом и сервером;
- доступ к мобильному приложению по уникальному логину/паролю;
- невозможность использования одной учетной записи на разных смартфонах;
- собственную систему управления лимитами операций[50, с.56].

Важным в области защиты операций на рынке с пластиковыми картами должен быть также контроль информационных связей между банковскими

автоматами и центром обработки информации, контроль работы банковского персонала. Среди методов защиты пассивных кредитных карточек российским банкам предстоит усовершенствовать следующие:

- нанесение дополнительной полосы с узором, выполненным магнитными чернилами;
- идентификация карточки долгоживущими радиоизотопами;
- исполнение карточки из материала, чувствительного к нагреванию и сжатию (это поможет избавиться от некоторых примитивных способов копирования информации пассивных карточек).

Кроме этого отечественным коммерческим банкам важно активизировать работу по использованию биометрических технологий, социальных сетей, данных мобильных операторов о платежах клиента для выявления мошенников и недобросовестных клиентов на этапе одобрения кредитной карты. В частности, широкое использование для подтверждения транзакций с кредитных карт биометрической идентификации по отпечатку пальцев и ладони – вопрос ближайших нескольких лет, по голосу и радужке глаза – сегодня это единичные случаи, для рынка в целом это более отдаленная перспектива. Сложные биометрические технологии работают сейчас только в некоторых российских банках: ВТБ, ТинькоффБанк, Сбербанк, Почта Банк, Банк Открытие и др. Заметим, что для развития новых технологий необходимы значительные капиталовложения на разработку и обновление оборудования. Не следует забывать и о проблеме privacy – далеко не все держатели кредитных карт готовы делиться с банком такими данными, как отпечаток пальца или скан глаза. Поэтому потребуются финансовые средства и на проведение комплекса мероприятий, направленных на повышение технологической грамотности россиян[56, с.410].

Для сохранения клиентской базы в нише кредитных карт коммерческие банки России должны повышать информированность клиентов – физических лиц, в том числе в части технологической грамотности, целой системой способов:

- совершенствование форм и методов раскрытия информации потребителям кредитных карт, в том числе за счет распространения раздаточных материалов – информационных брошюр, «Z»-карт;
- трансляция информационных видео- и аудио-роликов и информационно-аналитических передач на телеканалах общероссийского вещания и по радио;
- создание центров помощи населению в различных вопросах карточного кредитования;
- реализация проекта «Содействие повышению финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в РФ».

В условиях жесткой конкуренции банков на рынке кредитных карт для получения преимущества необходимо внедрять новые продукты, повышающие эффективность банковского кредитования. В качестве такого можно рассматривать выпуск корпоративных кредитных карт, то есть карт, привязанных к счету юридического лица, с помощью которых осуществимы следующие виды хозяйственных и банковских операций: снятие наличных средств; траты, связанные с основной операционной деятельностью организации; расходы по представительству и командировочные сотрудникам; возможность установления овердрафта (кредитная линия на бизнес-карте). Выпуск подобной карты должен сопровождаться заключением договора не с розничным клиентом, а с организацией, на предоставление карт ее уполномоченным лицам – директору, его заместителю, главному бухгалтеру и т.д. При этом кредитный лимит должен рассчитываться в зависимости от занимаемой должности и стажа работы. Для коммерческого банка выпуск таких карт поможет снизить риски невозврата кредитов, так как карта будет выдаваться от организации, а это значит, что банк сможет удерживать суммы ежемесячных платежей в случае просрочки. Для розничного клиента такая карта также несет определенные удобства – не нужно лично обращаться в банк, стоять в очереди, собирать справки, проходить проверку службой безопасности.

Что касается перспектив и направлений развития банка ВТБ на рынке кредитных карт, то банк выделяет в рамках стратегии развития до 2022 года следующие приоритеты:

1. Первоочередной задачей будет усиление бизнес-модели в части постановки клиента и его удовлетворенности в центр усилий Группы. ВТБ ставит своей целью стать банком первого выбора для клиентов и обеспечить лидирующие позиции по качеству сервиса и удобству клиентских путей. Этому будет способствовать переход к персонализированным коммуникациям, формируемым на основе передовых инструментов аналитики данных и моделирования, доступных клиентам через наиболее удобные для них каналы взаимодействия.

2. Второй задачей является ускорение цифровизации бизнеса. Это предполагает существенный рост доли цифровых каналов во взаимодействии с клиентом: более 50% продаж к концу 2022 года будут полностью цифровыми и не потребуют визита в отделение. Более 80% сервисных операций будут переведены в дистанционные каналы. 100% наших продуктов будут доступны клиентам в электронных каналах[54].

Оставаясь при этом универсальным банком, ВТБ обеспечит переход сети отделений и других традиционных каналов на новый технологический уровень и создаст для клиента полностью многоканальный контур взаимодействия с банком.

Важным приоритетом является цифровизация внутренних процессов, в рамках которой, в частности, будут произведены переход на 100% безбумажный внутренний документооборот и максимизация доли электронного документооборота с внешними контрагентами.

3. Важной задачей является построение передовой операционно-технологической платформы. Ее основу составит микросервисная ИТ-архитектура нового поколения, которая создаст конкурентные преимущества Группы по скорости внедрения технологических решений и вывода новых сервисов на рынок. Будет сформирована единая операционная фабрика,

которая обеспечит высокую надежность, масштабируемость и эффективность операционных процессов.

Инвестиции в технологические решения будут направлены на создание лидирующих решений по таким направлениям, как развертывание платформ биометрической идентификации, роботизации и продвинутой аналитики, виртуализация процессов на основе технологий искусственного интеллекта, создание системы открытых интерфейсов для оперативной интеграции с партнерами, автоматизация облачной инфраструктуры для ускорения и масштабирования мощностей.

4. Ключевым фактором решения данных задач станет ускорение реагирования банка на изменение рынка и клиентского спроса и продвижение таких ценностей корпоративной культуры, как инновационность, вовлеченность, нацеленность на результат и командная работа. Обновлению будут способствовать инициативы по развитию человеческого капитала — создание привлекательной рабочей среды и условий для лучших талантов на рынке, системное развитие лидеров завтрашнего дня, обеспечение роста производительности и конкурентной мотивации, баланс командных и индивидуальных успехов. Важным драйвером ускорения станет внедрение и масштабирование новой, сервисной модели работы совместных команд, сформированных вокруг внешних и внутренних сервисов.

Последовательное продвижение по этим направлениям позволит группе ВТБ усилить позиции на рынке во всех клиентских сегментах в период 2019-2022 годов:

- Увеличить клиентскую базу в рознице в 1,5 раза до 18 млн клиентов при повышении доли рынка в кредитовании физических лиц до 22% и, соответственно, доли кредитов физическим лицам в кредитном портфеле Группы до 35%. В привлеченных средствах розничных клиентов запланировано повышение доли рынка до 20% при ускоренном росте остатков на текущих и накопительных счетах, доля которых в структуре средств физлиц будет существенно увеличена. Оптимизация стоимости фондирования,

повышение доли транзакционно-активных и мультипродуктовых клиентов обеспечит диверсификацию доходов и опережающий рынок рост среднего дохода на клиента.

- Добиться удвоения клиентской базы малого и среднего бизнеса при росте среднего дохода на 15%-35% в зависимости от подсегмента. Это будет в первую очередь обеспечено увеличением транзакционных доходов бизнеса — доля остатков на текущих счетах в средствах клиентов сегмента составит более 40%, а доля комиссий в чистом операционном доходе превысит 35%. Значимый вклад в рост клиентской базы внесут дистанционные и партнерские каналы, доля продаж через цифровые каналы превысит 50%

- В сегменте корпоративно-инвестиционного бизнеса — сохранить лидерскую позицию в инвестиционно-банковских услугах для корпоративных и институциональных клиентов, обеспечить опережающий рынок рост остатков на текущих счетах и комиссий по транзакционным продуктам. Совместно с розничным бизнесом — создать условия для рывка на рынке инвестиционных продуктов для физических лиц и достигнуть по результатам 2022 года не менее 25% доли рынка по данному направлению.

Усиление клиентских позиций позволит ВТБ к концу 2022 года достичь прибыли в размере более 300 млрд. рублей при рентабельности собственных средств (ROE) 15% [41].

В рамках повышения преимуществ карточных продуктов Банк ВТБ (ПАО) в данной области рекомендуется придерживаться политики предоставления льгот и бонусов постоянным клиентам, таких как:

- упрощенная система подачи документов для клиентов, имеющих положительную кредитную историю;
- выдача постоянным клиентам с высоким кредитным рейтингом бесплатных именных карт;
- проведение переговоров с ФГУП «Почта России» о снижении комиссии за перечисление с заемщиков и компенсировать снижение комиссии за счет увеличение объема привлеченных клиентов;

- проведение почтовых рассылок кредитных карт для клиентов Банк ВТБ (ПАО) с положительной кредитной историей.

Кредитный лимит по карте зависит от суммы предыдущего кредита клиента в Банк ВТБ (ПАО), условия кредитования аналогичны продукту «Кредитная карта Visa» Банк ВТБ (ПАО). Кредит по карте является револьверным. Это мероприятие позволяет клиенту пользоваться лимитом, расходуя средства Банка и внося собственные средства в удобном для себя режиме. В конце каждого месяца гасится 10% основной задолженности, а также выплачиваются Банку проценты за пользование кредитом. После внесения очередного платежа кредитный лимит восстанавливается, и можно продолжать пользоваться средствами Банка. Вносить ежемесячные платежи за пользование кредитным лимитом можно в любом из дополнительных офисов банка либо через Cash-In. Карту можно бесплатно активировать до определенной даты, а деньги, находящиеся на ней, предоставляются в «револьверный» кредит.

Неценовая банковская конкуренция связана, прежде всего, с изменениями качества услуг. Поэтому очень важно определение критериев качества банковского продукта. В этом направлении для Банк ВТБ (ПАО) необходимо:

- увеличение скорости обслуживания клиентов;
- поддержание высокого уровня своевременности осуществления операций;
- увеличения времени доступа клиента в банк - часы работы банка;
- качество консультирования (глубина, активный или пассивный характер). Большое значение имеет разъяснение потенциальной клиентуре престижности, надежности банка.

- уровень качества банковских услуг клиент всегда сопоставляет с их ценами. Одним из выходов в проблеме образования очередей для получения кредита или гашения может стать организация зала обслуживания для клиентов, в котором клиенты могли бы осуществлять регистрацию и спокойно

ожидать своей очереди на удобных диванах, а не стоять в очередях.

Также для повышения конкурентоспособности в неценовом аспекте можно выделить такие мероприятия как:

- увеличение количества банкоматов с функцией Cash-In (прием денежных средств для гашения кредитов);
- постоянная модификация, совершенствование существующих карточных продуктов, а также разработка новых карточных продуктов в соответствии с условиями и требованиями рынка. Помимо общей ориентации на улучшение качества обслуживания, необходима разработка дифференцированных кредитных карточных продуктов, например, целевой клиентуры (массовые и индивидуальные ВИП - кредиты), для которых, возможно, банк мог бы увеличить размер кредита и некоторые условия;
- разработка и постоянная корректировка концепции продаж кредитных карточных продуктов в соответствии с изменяющимися рыночными условиями;
- внедрение новых дополнительных карточных сервисов для держателей карт Банк ВТБ (ПАО);
- разработка совместных программ с различными организациями, предоставляющими товары и услуги населению (такими, как авиакомпания, крупные ритейлеры, туристические компании и пр.);
- разработка речевых модулей для кредитных экспертов, способствующих повышению привлекательности кредитных карточных продуктов при консультировании клиентов;
- проведение акций продвижения продуктов;
- реклама в средствах массовой информации, размещение информационных стоек, информационных плакатов в учреждениях, являющихся корпоративными клиентами банка;
- проведение почтовых рассылок с рекламными буклетами, коммерческими предложениями, поздравлениями клиентов с праздниками.

Таким образом, можно сделать вывод, что конкурентоспособность

продуктов банка занимает одно из ключевых мест в формировании прибыли банка, для ее обеспечения необходима реализация мероприятий, которые позволили бы способствовать ее повышению.

Кроме количественных показателей, важны также качественные показатели результатов, полученных от реализации проекта. Качественные результаты в данном случае:

- повышения условий комфорта для клиента при обслуживании за счет системы оповещения, уменьшения очередей и увеличения скорости обслуживания;
- возможность вносить платежи за кредит не только в банке, но и в некоторых торговых центрах города (посредством банкоматов);
- для постоянных клиентов – дополнительная возможность получения кредитной карты по почте, когда нет необходимости являться в банк для оформления кредита;
- возможность бесплатного получения именной кредитной карты;
- возможность обслужиться в некоторых офисах банка до 21.00.

Указанные выше качественные и количественные показатели существенно повышают привлекательность как кредитных карточных продуктов Банк ВТБ (ПАО), так и банка в целом.

Кроме того, важным моментом при проведении оценки программы повышения конкурентоспособности кредитных карточных продуктов является ее непрерывность. Поскольку только в этом случае существует реальная возможность корректировки запланированных действий, а также своевременное проведение мероприятий по устранению угроз со стороны внешней и внутренней среды. Также следует учесть, что только при проведении непрерывной оценки будет достигаться реальная экономия финансовых и других видов средств Банк ВТБ (ПАО).

Совершенствование потребительского кредитования в коммерческих банках России должно идти, прежде всего, по пути развития кредитно-карточного бизнеса, так как последний несет в себе существенные выгоды для

банков. Повышения эффективности кредитных карт можно добиться за счет реализации следующих направлений. Во-первых, усовершенствования платежной инфраструктуры посредством расширения за счет: охвата рынка кредитных карт технологиями эквайринга; снижения размера банковской комиссии за услуги эквайринга путем введения законодательного ограничения на тарифы за снятие денег с карт и зачисление на счет продавца; увеличения покрытия рынка кредитных карт инновационной технологией мобильного эквайринга[15, с.118]. Во-вторых, посредством формирования у россиян доверия к безналичным формам расчетов посредством кредитных карт, чему может способствовать: повышение информированности клиентов – физических лиц о преимуществах использования кредитных карт; проведение мероприятий по повышению технологической грамотности розничных клиентов лиц о карточных технологиях банков; повышение безопасности процесса выдачи кредитных карт и проведения по ним транзакций за счет развития технологий защиты от мошенничества. В-третьих, через внедрение новых карточных кредитных продуктов, в частности – корпоративных банковских кредитных карт.

Все это будет способствовать совершенствованию банковских кредитных продуктов для населения, а, следовательно, и увеличению объемов предоставляемых кредитных услуг физическим лицам.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог по проделанной работе можно сделать вывод о том, что коммерческие банки в современных условиях – основная часть экономики любой страны. Также невозможно представить коммерческий банк, который не занимался бы операциями с пластиковыми картами.

В первой части выпускной квалификационной работы были рассмотрены теоретические аспекты применения кредитных карт в коммерческом банке, определена сущность пластиковых карт, их особенности, а также проблемы развития. Пластиковые карты на сегодняшний день – наиболее перспективные продукты с функциональной точки зрения, позволяющие с легкостью производить расчетные операции.

Во второй главе данной работы была произведена оценка эффективности использования кредитных карт Банком ВТБ (ПАО). Исходя из проведенного анализа можно сделать следующие выводы:

Активная работа по развитию операций с банковскими картами, создание разветвленной сети их обслуживания позволяет сохранить высокие темпы эмиссии: растет общее число выпущенных карт международных платежных систем. Распространению всех видов карт способствует развитие инфраструктуры их обслуживания.

Карты, которые выпускает Банк ВТБ (ПАО) — это карты крупных международных платежных систем. Эти карты выбирает большинство людей во всех странах мира. Банковские карты отличаются друг от друга условиями их обслуживания и дополнительными преимуществами для владельцев.

Проанализировав финансовые результаты Банка можно сделать вывод, что активная работа с кредитными картами приносит довольно прибыльный доход.

Таким образом, оценивая позиции банка «ВТБ» в нише карточных проектов и в нише денежных переводов, можно заключить следующее.

«Мультикарта ВТБ» имеет ряд серьезных преимуществ перед продуктами конкурентов. Но в качестве рекомендаций по улучшению можно отметить:

- необходимость сохранения опции бескомиссионного снятия в сторонних банкоматах в целях предоставления клиентам более широкого покрытия банкоматов и терминалов, чем у конкурентов;

- по возможности упростить бонусные опции, сделать их более простыми и понятными в использовании;

- развивать направление «кобейджинговых карт» для работников бюджетной сферы;

- рассмотреть возможность курьерской (или почтовой) доставки зарплатных карт при их утере, порче, «зажевывании» банкоматом или в иных случаях, если в населенном пункте зарплатного клиента нет офисов банка.

В отношении денежных переводов можно отметить, что сервисы переводов card2card банка «ВТБ» развиты достаточно хорошо. Тем не менее, стоит рассмотреть вопрос о системе денежных переводов без открытия счета или вступить в договорные отношения с уже зарекомендовавшими себя в этом направлении компаниями. Также видится перспективным развитие альтернативных VISA и MC платежных систем (например, таких как Union Pay или JCB), особенно в вопросе кобейджинга с отечественной системой «МИР». Отдельное внимание следует уделить также развитию блокчейн-платформ для моментальных денежных переводов с возможностью доступа к ним как со стационарных, так и с мобильных устройств. По возможности разработать интуитивно понятный интерфейс или близкий к интерфейсу ВТБ-Онлайн, чтобы клиенты быстро адаптировались к данной платформе.

Каждое из предложенных направлений предполагает высокое качество продуктов и услуг, их постоянный мониторинг, повышение уровня сервиса за счет оптимизации банковских процедур и роста культуры обслуживания, системную разработку новых банковских продуктов и услуг для максимального удовлетворения потребностей клиента.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием[Электронный ресурс]: положение ЦБ РФ №266-П. // Консультант-плюс: компьютерная справочно-правовая система. –Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52513/
2. Алексеева, Д. Г. Банковское кредитование[Текст]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Д. Г. Алексеева, С. В. Пыхтин. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 128 с.
3. Банки и банковские операции[Текст]: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. В. Иванов [и др.]; под ред. Б. И. Соколова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 189 с.
4. Банки и банковское дело[Текст]: учебник для бакалавров / В. А. Боровкова [и др.]; под ред. В. А. Боровковой. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 623 с.
5. Банки ру: [Электронный ресурс] // Россияне стали охотнее брать кредитные карты. — URL: <http://www.banki.ru/news/bankpress/?id=10231227> (Дата обращения: 11.04.2018).
6. Белоглазова, Г. Н. Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка[Текст]: учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. Н. Белоглазова, Л. П. Кроливецкая; под ред. Г. Н. Белоглазовой, Л. П. Кроливецкой. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2016. – 545 с.
7. Годовой отчет 2017 года Банка ВТБ(ПАО) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vtb.ru/akcionery-i-investory/raskrytie-informacii/godovoj-i-socialnyj-otchet>.
8. Дворецкая, А. Е. Деньги, кредит, банким: учебник для академического бакалавриата / А. Е. Дворецкая. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 472 с.

9. Деньги, кредит, банки. Денежный и кредитный рынки[Текст]: учебник и практикум для СПО / М. А. Абрамова [и др.]; под общ. ред. М. А. Абрамовой, Л. С. Александровой. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 436 с.

10. Деньги, кредит, банки[Текст]: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Ю. Катасонов [и др.]; под ред. В. Ю. Катасонова, В. П. Биткова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 499 с.

11. Деньги, кредит, банки[Текст]: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Ю. Катасонов [и др.]; под ред. В. Ю. Катасонова, В. П. Биткова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 499 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01562-1.

12. Еремина, О.И. Финансовая грамотность населения и пути ее повышения[Текст] / О. И. Еремина // Современные проблемы и перспективы развития банковского сектора России : материалы II всероссийской научно-практической конференции с международным участием (заочной). –Тамбов: Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина. –2017. – С. 179-184.

13. Ермоленко, О.М. Критерии развития рынка банковских карт на современном этапе функционирования банковского сектора [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/kriterii-razvitiya-rynkabankovskihkart-na-sovrefunktsionirovaniyabankovskogosektora> - 04.11.2018.

14. Зарплатные карты ВТБ: официальный сайт ПАО «ВТБ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vtb.ru/personal/karty/zarplatnye-karty>.

15. Зубкова, Е.И. Интернет-банкинг как альтернатива реальному банку[Текст] / Е.И. Зубкова, Г.В. Федотова // Развитие современной науки : теоретические и прикладные аспекты : сб. науч. ст. студентов, магистрантов,

аспирантов, молодых учёных и преподавателей. – Вып. 4 (6 июня 2016 г.) / под общ. ред. Т.М. Сигитова ; Центр социально-экономических исследований. – Пермь, 2016. – С. 117-118.

16. Зубкова, Е.И. Мобильный банк как разновидность онлайн банкинга, перспективы развития и способы защиты [Текст] / Е.И. Зубкова, Г.В. Федотова // Актуальные вопросы развития современного общества сб. науч. ст. студентов, магистрантов, аспирантов, молодых учёных и преподавателей. Вып. 13-14 апреля 2017 г.; Университетская книга. – Курск, 2017. – с. 73-76.

17. Иванов, В. В. Деньги, кредит, банки [Текст]: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. В. Иванов, Б. И. Соколов; под ред. В. В. Иванова, Б. И. Соколова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 371 с.

18. История группы ВТБ: официальный сайт Банка ВТБ (ПАО) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vtb.ru/o-banke/gruppa-vtb/istoriya>.

19. Кадникова, О.В. История возникновения пластиковых карт [Текст] / О.В. Кадникова, И.В. Нечаева // Интеграция наук. – 2017. – № 6 (10). – С. 54–56.

20. Количество платежных карт, эмитированных кредитными организациями, по типам карт [Электронный ресурс] // Информационный портал. – Режим доступа: Официальный сайт ЦБ http://www.cbr.ru/statistics/p_sys/print.aspx?file=sheet013.htm (дата обращения 23.04.2018 г.)

21. Количество счетов с дистанционным доступом, открытых в кредитных организациях [Электронный ресурс] // Центральный банк Российской Федерации: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/>

22. Консолидированная финансовая отчетность банка ВТБ с аудиторским заключением независимого за год, закончившийся 31 декабря 2017 года [Электронный ресурс] // Официальный сайт ПАО «ВТБ». – Режим доступа: <https://www.vtb.ru/akcionery-i-investory/finansovaya-informaciya/raskrytie-finansovoj-otchetnosti-po-msfo/>

23. Консолидированная финансовая отчетность банка ВТБ с аудиторским заключением независимого за год, закончившийся 31.декабря 2016 года [Электронный ресурс] // Официальный сайт ПАО «ВТБ». –Режим доступа: <https://www.vtb.ru/akcionery-i-investory/finansovaya-informaciya/raskrytie-finansovoj-otchetnosti-po-msfo/>

24. Корень, А.В. Оценка уровня финансовой грамотности населения в России и зарубежных странах [Текст]/ А.В Корень, А.Н. Голояд, Е.А. Ивашинникова // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 12–10. – С. 1863–1865.

25. Костерина, Т. М. Банковское дело [Текст]: учебник для академического бакалавриата / Т. М. Костерина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 332 с.

26. Кредитные карты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.raiffeisen.ru/retail/cards/credit/>; (дата обращения: 19.05.2016).

27. Плюсы и минусы кредитных карт[Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://brobank.ru/pljusy-minusy-kreditnyh-kart/> (Дата обращения: 10.04.2018).

28. Кропин, Ю. А. Деньги, кредит, банки[Текст]: учебник и практикум для СПО / Ю. А. Кропин. – М.: Издательство Юрайт, 2018 – 364 с.

29. Кузубов, А.А. Риски в процессе банковского кредитования малого бизнеса [Текст] // Карельский научный журнал. –2016. –Т. 5. – № 1 (14). – С. 48–50.

30. Ларина, О. И. Банковское дело [Текст]. Практикум: учеб. пособие для академического бакалавриата / О. И. Ларина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 234 с.

31. Логинов, Б. Б. Международный банковский бизнес[Текст]: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Б. Б. Логинов. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 179 с.

32. Мазурина, Е.Д. Правовое регулирование тарифов на эквайринг[Текст] / Е.Д. Мазурина // Молодой ученый. –2017. –№44. –С. 116-118.

33. Махонина, И. Н. Мониторинг развития рынка банковских пластиковых карт в России [Текст]/ И. Н. Махонина, В. О. Апоршина // Вестник Тамбовского университета. – 2017. – №11. – С. 113-121.

34. Международные переводы ВТБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://perevodworld.vtb.ru>.

35. Мищенко, И.С. Платежные карты как элемент инфраструктуры банковского предпринимательства [Электронный ресурс] / И.С. Мищенко: – Режим доступа: <https://creativeconomy.ru/>

36. Наблюдательный совет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vtb.ru/o-banke/bank-vtb/nablyudatelnyj-sovet>.

37. НПС «Мир»: удобство и доступность платежей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iz.ru/udobstvo-i-dostupnost-platezhei>. - 26.11.2018.

38. Обзор российского рынка платежных карт: тенденции и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cbr.ru/analytics/bank_system/cards.pdf (дата обращения 12.12.2018).

39. Общее собрание акционеров Банка ВТБ (ПАО) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vtb.ru/akcionery-i-investory/informaciya-dlya-akcionerov/obshchee-sobranie-akcionerov>.

40. Онлайн-сервисы Банк ВТБ [Электронный ресурс].– Режим доступа: <https://www.vtb.ru/personal/online-servisy/>

41. Официальный сайт Банка ВТБ (ПАО) [Электронный ресурс].– Режим доступа: <https://www.vtb.ru>. (дата обращения: 06.06.2018).

42. Центральный Банк Российской Федерации // Справочник по кредитным организациям// Интернет ресурс [Электронный ресурс].– Режим доступа: <http://www.cbr.ru/credit/coinfo.asp?id=450000116>. (дата обращения: 08.06.2018)

43. Рейтинги банков: финансово-информационный портал Banki.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.banki.ru/banks/ratings>.

44. Салтыкова, Е.А. Формирование кредитной политики коммерческого банка[Текст]/ Орехова С.В. // Аллея Науки. – 2016. - №4. – с.35.

45. Справочник по кредитным организациям: официальный сайт Банка России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/CREDIT/coinfo.asp?id=350000008>.

46. Старостина, Т.Г. Кредитная политика коммерческого банка[Текст]/ Рыль К.С. // Экономика и социум. – 2017. - №1(32). – с. 695-698

47. Тавасиев, А. М. Банковское дело в 2 ч. Часть 1. Общие вопросы банковской деятельности[Текст]: учебник для академического бакалавриата / А. М. Тавасиев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 186 с.

48. Тарханова, Е. А. Банковское дело[Текст]: учебное пособие/Е. А. Тарханова. – Тюмень: Изд-во Тюменского государственного университета, 2015.-304 с.

49. Тарханова, Е. А. Современное банковское дело[Текст]: учеб.пособие / Е. А. Тарханова. – Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 2016. – 280 с.

50. Тарханова, Е. А. Устойчивость коммерческих банков и пути ее повышения на региональном уровне: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Е. А. Тарханова. – СПГЭУ- СПб., 2017. – 175 с.

51. Тарханова, Е. А. Устойчивость коммерческих банков[Текст]: учебное пособие (2-е издание) / Е. А. Тарханова. – Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 2016. – 185 с.

52. Тинькофф Банк: [Электронный ресурс] // Исследование Тинькофф Банка: в 2017 г. рынок кредитных карт показал уверенный рост. — Режим доступа: <https://www.tinkoff.ru/about/news/28022018-tinkoff-credit-card-mrkt-ger/> (дата обращения: 11.04.2018).

53. Устав и внутренние документы: официальный сайт Банка ВТБ(ПАО)[Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://www.vtb.ru/akcionery-i-investory/raskrytie-informacii/ustav-i-vnutrennie-dokumenty>.

54. Федотова, Г.В. Развитие мобильного и Интернет-банкинга в современном мире [Электронный ресурс] / Г.В. Федотова, О.В. Дьяконова // Управление, Бизнес и Власть : электрон. науч. журнал. – 2015. – № 1. Режим доступа: <http://ubv.esrae.ru/133>.

55. Федунов, В.М. Меры по совершенствованию механизма операций с пластиковыми картами в банке [Текст]/ Федунов В.М., Федотова Г.В. // Управление, Бизнес и Власть. – 2015. – № 1. – С. 54-58.

56. Филичкина, Ю.Ю. Совершенствование кредитования физических лиц в современных условиях[Текст] / Ю.Ю. Филичкина // Российская экономика: взгляд в будущее : материалы IV Международной научно-практической конференции: в 3 частях. – Тамбов: Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина. –2018. –С. 405-413.

57. Члены правления: официальный сайт Банка ВТБ (ПАО) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vtb.ru/o-banke/bank-vtb/pravlenie>.

ПРИЛОЖЕНИЯ

БАНК ВТБ
 КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ОТЧЕТ О ФИНАНСОВОМ ПОЛОЖЕНИИ
 НА 31 ДЕКАБРЯ (В МИЛЛИАРДАХ РОССИЙСКИХ РУБЛЕЙ)

	Прим.	2017 г. (пересчитано)	2016 г.
АКТИВЫ			
Денежные средства и краткосрочные активы	19	773,8	452,9
Обязательные резервы на счетах в центральных банках		97,1	95,1
Непроизводные финансовые активы, переоцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток	20	313,4	267,1
- Непроизводные финансовые активы, переоцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток		313,1	240,7
- Непроизводные финансовые активы, переоцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток, заложенные по договорам «репо»		0,3	26,4
Производные финансовые активы	21	175,6	180,5
Средства в банках	22	835,0	1 051,2
- Средства в банках		835,0	1 037,4
- Средства в банках, заложенные по договорам «репо»		-	13,8
Кредиты и авансы клиентам	23	9 171,4	8 854,5
- Кредиты и авансы клиентам		9 171,4	8 664,8
- Кредиты и авансы клиентам, заложенные по договорам «репо»		-	189,7
Инвестиционные финансовые активы	24	285,6	340,7
- Инвестиционные финансовые активы		285,2	324,2
- Инвестиционные финансовые активы, заложенные по договорам «репо»		0,4	16,5
Инвестиции в ассоциированные компании и совместные предприятия	47, 58	117,1	93,3
Активы групп выбытия и внеоборотные активы, предназначенные для продажи	29	17,2	15,6
Земля и основные средства	25	348,2	352,7
Инвестиционная недвижимость	26	210,4	235,5
Гудвилл и прочие нематериальные активы	27	157,4	155,1
Отложенный актив по налогу на прибыль	18	98,7	87,8
Прочие активы	28	408,4	406,2
Итого активы		13 009,3	12 588,2
ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Средства банков	30	810,3	1 208,9
Средства клиентов	31	9 144,7	7 346,6
Производные финансовые обязательства	21	134,0	165,0
Прочие заемные средства	32	304,5	1 307,2
Выпущенные долговые ценные бумаги	33	322,7	399,6
Обязательства групп выбытия, предназначенных для продажи	29	7,0	2,2
Отложенное обязательство по налогу на прибыль	18	30,7	35,2
Прочие обязательства	35	582,5	486,5
Итого обязательства до субординированной задолженности		11 336,4	10 951,2
Субординированная задолженность	34	193,2	224,1
Итого обязательства		11 529,6	11 175,3
СОБСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА			
Уставный капитал	36	659,5	659,5
Эмиссионный доход		433,8	433,8
Бессрочные ноты участия в кредите	37	129,6	136,5
Собственные акции, выкупленные у акционеров, и бессрочные ноты участия в кредите, выкупленные у держателей		(3,3)	(2,5)
Прочие фонды	38	46,1	44,8
Нераспределенная прибыль	58	200,4	131,1
Собственные средства, принадлежащие акционерам материнского банка		1 466,1	1 403,2
Неконтрольные доли участия		13,6	9,7
Итого собственные средства		1 479,7	1 412,9
Итого обязательства и собственные средства		13 009,3	12 588,2

Утверждено к выпуску и подписано 26 февраля 2018 года

А.Л. Костин
 Президент – Председатель Правления



Герберт Моос
 Заместитель Президента – Председателя Правления

БАНК ВТБ
КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ОТЧЕТ О ФИНАНСОВОМ ПОЛОЖЕНИИ
НА 31 ДЕКАБРЯ (В МИЛЛИАРДАХ РОССИЙСКИХ РУБЛЕЙ)

	Прим.	2016 г.	2015 г.
АКТИВЫ			
Денежные средства и краткосрочные активы	18	452,9	570,7
Обязательные резервы на счетах в центральных банках		95,1	70,8
Непроизводные финансовые активы, переоцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток, включая заложенные по договорам «репо»	19	267,1	308,1
- Непроизводные финансовые активы, переоцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток		240,7	237,1
- Непроизводные финансовые активы, переоцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток, заложенные по договорам «репо»		26,4	71,0
Производные финансовые активы	20	180,5	304,8
Средства в банках, включая заложенные по договорам «репо»	21	1 051,2	1 358,2
- Средства в банках		1 037,4	1 353,2
- Средства в банках, заложенные по договорам «репо»		13,8	5,0
Кредиты и авансы клиентам, включая заложенные по договорам «репо»	22	8 854,5	9 437,5
- Кредиты и авансы клиентам		8 664,8	8 827,7
- Кредиты и авансы клиентам, заложенные по договорам «репо»		189,7	609,8
Инвестиционные финансовые активы, включая заложенные по договорам «репо»	23	340,7	353,3
- Инвестиционные финансовые активы		324,2	259,3
- Инвестиционные финансовые активы, заложенные по договорам «репо»		16,5	94,0
Инвестиции в ассоциированные компании и совместные предприятия	46	90,6	104,3
Активы групп выбытия и внеоборотные активы, предназначенные для продажи	28	15,6	15,8
Земля и основные средства	24	352,7	310,3
Инвестиционная недвижимость	25	235,5	245,0
Гудвилл и прочие нематериальные активы	26	155,1	162,0
Отложенный актив по налогу на прибыль	17	87,8	76,6
Прочие активы	27	406,2	324,5
Итого активы		12 585,5	13 641,9
ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Средства банков	29	1 208,9	1 224,0
Средства клиентов	30	7 346,6	7 267,0
Производные финансовые обязательства	20	165,0	284,1
Прочие заемные средства	31	1 307,2	2 121,5
Выпущенные долговые ценные бумаги	32	399,6	623,5
Обязательства групп выбытия, предназначенных для продажи	28	2,2	13,0
Отложенное обязательство по налогу на прибыль	17	35,2	30,2
Прочие обязательства	34	486,5	361,7
Итого обязательства до субординированной задолженности		10 951,2	11 925,0
Субординированная задолженность	33	224,1	262,8
Итого обязательства		11 175,3	12 187,8
СОБСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА			
Уставный капитал	35	659,5	659,5
Эмиссионный доход		433,8	433,8
Бессрочные ноты участия в кредите	36	136,5	164,0
Собственные акции, выкупленные у акционеров, и бессрочные ноты участия в кредите, выкупленные у держателей		(2,5)	(2,9)
Прочие фонды	37	44,8	72,2
Нераспределенная прибыль		128,4	127,6
Собственные средства, принадлежащие акционерам материнского банка		1 400,5	1 454,2
Неконтрольные доли участия		9,7	(0,1)
Итого собственные средства		1 410,2	1 454,1
Итого обязательства и собственные средства		12 585,5	13 641,9

Утверждено к выпуску и подписано 1 марта 2017 года

А.Л. Костин
 Президент – Председатель Правления

Герберт Моос
 Заместитель Президента – Председателя Правления

**БАНК ВТБ КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ОТЧЕТ О ФИНАНСОВОМ ПОЛОЖЕНИИ
ЗА ГОД, ЗАКОНЧИВШИЙСЯ 31 ДЕКАБРЯ (В МИЛЛИАРДАХ РОССИЙСКИХ РУБЛЕЙ)**

	Прим.	2015 г.	2014 г.
АКТИВЫ			
Денежные средства и краткосрочные активы	18	570,7	695,2
Обязательные резервы на счетах в центральных банках		70,8	85,5
Непроизводные финансовые активы, переоцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток	19	237,1	275,0
Производные финансовые активы	20	304,8	407,0
Финансовые активы, кроме кредитов и авансов клиентам и средств в банках, заложенные по договорам "репо"	21	165,0	184,0
Средства в банках, включая заложенные по договорам "репо"	22	1 358,2	814,5
- Средства в банках		1 353,2	740,3
- Средства в банках, заложенные по договорам "репо"		5,0	74,2
Кредиты и авансы клиентам, включая заложенные по договорам "репо"	23	9 437,5	8 537,3
- Кредиты и авансы клиентам		8 827,7	8 074,7
- Кредиты и авансы клиентам, заложенные по договорам "репо"		609,8	462,6
Инвестиционные финансовые активы	24	259,3	132,2
Инвестиции в ассоциированные компании и совместные предприятия	47	104,3	96,3
Активы групп выбытия, предназначенных для продажи	29	15,8	11,1
Земля и основные средства	25	310,3	246,9
Инвестиционная недвижимость	26	245,0	192,3
Гудвил и прочие нематериальные активы	27	162,0	161,8
Отложенный актив по налогу на прибыль	17	76,6	66,9
Прочие активы	28	324,5	284,8
Итого активы		13 641,9	12 190,8
ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Средства банков	30	1 224,0	733,2
Средства клиентов	31	7 267,0	5 669,4
Производные финансовые обязательства	20	284,1	397,8
Прочие заемные средства	32	2 121,5	2 729,2
Выпущенные долговые ценные бумаги	33	623,5	921,4
Обязательства групп выбытия, предназначенных для продажи	29	13,0	4,7
Отложенное обязательство по налогу на прибыль	17	30,2	26,6
Прочие обязательства	35	361,7	312,3
Итого обязательства до субординированной задолженности		11 925,0	10 794,6
Субординированная задолженность	34	262,8	265,2
Итого обязательства		12 187,8	11 059,8
СОБСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА			
Уставный капитал	36	659,5	352,1
Эмиссионный доход		433,8	433,8
Бессрочные ноты участия в кредите	37	164,0	126,6
Собственные акции, выкупленные у акционеров, и бессрочные ноты участия в кредите, выкупленные у держателей	39	(2,9)	(6,7)
Прочие фонды	38	72,2	42,8
Нераспределенная прибыль		127,6	169,3
Собственные средства, принадлежащие акционерам материнского банка		1 454,2	1 117,9
Неконтрольные доли участия		(0,1)	13,1
Итого собственные средства		1 454,1	1 131,0
Итого обязательства и собственные средства		13 641,9	12 190,8

Утверждено к выпуску и подписано 17 марта 2016 года.

А.Л. Костин
Президент – Председатель Дирекции

Банк ВТБ
Консолидированный отчет о финансовом положении на 31 декабря
(в миллиардах российских рублей)

	Прим.	2014 г.	2013 г. (пересчитано)
Активы			
Денежные средства и краткосрочные активы	9	695,2	354,3
Обязательные резервы на счетах в центральных банках		85,5	58,7
Финансовые активы, переоцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток	10	681,7	406,4
Финансовые активы, кроме кредитов и авансов клиентам и средств в банках, заложенные по договорам "репо"	11	184,0	173,2
Средства в банках, включая заложенные по договорам "репо"	12	814,5	446,2
- Средства в банках		740,3	443,4
- Средства в банках, заложенные по договорам "репо"		74,2	2,8
Кредиты и авансы клиентам, включая заложенные по договорам "репо"	13	8 537,3	6 259,6
- Кредиты и авансы клиентам		8 074,7	5 969,0
- Кредиты и авансы клиентам, заложенные по договорам "репо"		462,6	290,6
Инвестиционные финансовые активы	14	132,2	140,8
Инвестиции в ассоциированные компании и совместные предприятия	15	96,3	87,6
Активы групп выбытия, предназначенных для продажи	20	11,1	36,7
Земля и основные средства	16	248,9	170,3
Инвестиционная недвижимость	17	182,3	160,7
Гудвилл и прочие нематериальные активы	18	161,8	162,5
Отложенный актив по налогу на прибыль	42	66,9	45,5
Прочие активы	19	285,1	266,0
Итого активы		12 190,8	8 768,5
Обязательства			
Средства банков	21	733,2	624,6
Средства клиентов	22	5 669,4	4 383,4
Прочие заемные средства	23	2 729,2	1 485,9
Выпущенные долговые ценные бумаги	24	921,4	738,2
Обязательства групп выбытия, предназначенных для продажи	20	4,7	20,7
Отложенное обязательство по налогу на прибыль	42	26,6	15,0
Прочие обязательства	26	710,1	262,6
Итого обязательства до субординированной задолженности		10 794,6	7 530,4
Субординированная задолженность	25	265,2	291,0
Итого обязательства		11 059,8	7 821,4
Собственные средства			
Уставный капитал	27	352,1	138,1
Эмиссионный доход		433,8	433,8
Бессрочные ноты участия в кредите	28	126,6	73,6
Собственные акции, выкупленные у акционеров, и бессрочные ноты участия в кредите, выкупленные у держателей		(6,7)	(3,6)
Прочие фонды	29	42,8	35,6
Нераспределенная прибыль		169,3	262,0
Собственные средства, принадлежащие акционерам материнского банка		1 117,9	939,5
Неконтрольные доли участия		13,1	7,6
Итого собственные средства		1 131,0	947,1
Итого обязательства и собственные средства		12 190,8	8 768,5

Утверждено к выпуску и подписано 12 марта 2015 года.

А.Л. Костин
 Президент – Председатель Правления

БАНК ВТБ
КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ
ЗА ГОД, ЗАКОНЧИВШИЙСЯ 31 ДЕКАБРЯ (В МИЛЛИАРДАХ РОССИЙСКИХ РУБЛЕЙ)

	Прим.	2016 г. (пересчитано)	
Процентные доходы	4	1 056,2	1 107,8
Процентные расходы	4	(581,3)	(680,8)
Платежи в рамках системы страхования вкладов	4	(14,7)	(12,0)
Чистые процентные доходы	4	460,2	415,0
Создание резерва под обесценение долговых финансовых активов	22, 23, 24	(169,2)	(144,7)
Чистые процентные доходы после создания резерва под обесценение		291,0	270,3
Чистые комиссионные доходы	5, 60	95,3	81,8
Доходы за вычетом расходов по операциям с финансовыми инструментами, переоцениваемыми по справедливой стоимости через прибыль или убыток	6, 58	12,8	8,8
Доходы за вычетом расходов по операциям с инвестиционными финансовыми активами, имеющимися в наличии для продажи	24, 60	13,6	7,7
Расходы за вычетом доходов по операциям с иностранной валютой и драгоценными металлами	7	(12,4)	(17,6)
Прочие доходы за вычетом расходов от финансовых инструментов, учитываемых по амортизированной стоимости	8, 60	39,1	3,5
Доля в прибыли ассоциированных компаний и совместных предприятий	58	1,2	3,0
(Убытки)/доходы от выбытия дочерних и ассоциированных компаний (Расходы за вычетом доходов)/доходы за вычетом расходов от прекращения обязательств	46, 47	(0,5)	6,3
Создание резерва под обесценение прочих активов, обязательства кредитного характера и судебные иски	9	(0,1)	0,3
Прочие операционные доходы	28, 50	(2,7)	(66,5)
Прочие операционные расходы	10, 60	13,1	7,8
Непроцентные доходы/(расходы)		64,1	(46,7)
Доходы от операционной аренды оборудования	11, 60	22,5	18,8
Расходы, связанные с оборудованием, сданным в аренду	11, 60	(14,1)	(25,5)
Чистые доходы/(расходы) от операционной аренды	11, 60	8,4	(6,7)
Заработанные страховые премии, нетто	14	82,6	59,2
Состоявшиеся страховые убытки, нетто, изменение обязательств перед страхователями и аквизиционные расходы	15	(61,8)	(49,1)
Выручка за вычетом расходов по страховой деятельности		20,8	10,1
Выручка и прочие доходы от прочей небанковской деятельности	12, 60	61,4	43,5
Себестоимость и прочие расходы по прочей небанковской деятельности	13	(61,5)	(42,8)
Обесценение земли, зданий и нематериальных активов, за исключением гудвила, используемых в прочей небанковской деятельности	25, 27	(16,1)	(3,6)
Чистый (убыток)/прибыль от изменения справедливой стоимости инвестиционной недвижимости, признанный при переоценке или выбытии	26	(23,1)	8,2
Прибыль/(убыток) от реализации группы выбытия, предназначенной для продажи	29	0,8	(1,3)
Выручка за вычетом расходов по прочей небанковской деятельности		(38,5)	4,0
Обесценение земли, зданий и нематериальных активов, за исключением гудвила	25, 27	(3,7)	(0,8)
Обесценение гудвила	27	(2,7)	-
Прочие операционные расходы	16, 60	(14,1)	(12,6)
Расходы на содержание персонала и административные расходы	17	(260,9)	(233,9)
Непроцентные расходы		(281,4)	(247,3)
Прибыль до налогообложения		159,7	65,5
Расходы по налогу на прибыль	18	(39,7)	(21,6)
Чистая прибыль после налогообложения		120,0	43,9
Прибыль после налогообложения, полученная от дочерних компаний, приобретенных исключительно в целях перепродажи		0,1	7,7
Чистая прибыль		120,1	51,6
Чистая прибыль/(убыток), приходящаяся на:			
Акционеров материнского банка		120,3	52,3
Неконтрольные доли участия		(0,2)	(0,7)
Прибыль на акцию: базовая и с учетом разводнения (в российских рублях на одну акцию)	55	0,00855	0,00318
Прибыль на акцию: базовая и с учетом разводнения до прибыли после налогообложения, полученной от дочерних компаний, приобретенных исключительно в целях перепродажи (в российских рублях на одну акцию)	55	0,00854	0,00258

БАНК ВТБ
 КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ
 ЗА ГОД, ЗАКОНЧИВШИЙСЯ 31 ДЕКАБРЯ (В МИЛЛИАРДАХ РОССИЙСКИХ РУБЛЕЙ)

	Прим.	2016 г.	2015 г.
Процентные доходы	4	1 107,8	1 100,9
Процентные расходы	4	(680,8)	(803,1)
Платежи в рамках системы страхования вкладов	4	(12,0)	(8,7)
Чистые процентные доходы	4	415,0	289,1
Создание резерва под обесценение долговых финансовых активов	21, 22, 23	(144,7)	(167,5)
Чистые процентные доходы после создания резерва под обесценение		270,3	121,6
Чистые комиссионные доходы	5	81,8	76,2
Доходы за вычетом расходов по операциям с финансовыми инструментами, переоцениваемыми по справедливой стоимости через прибыль или убыток	6	8,7	34,2
Доходы за вычетом расходов / (расходы за вычетом доходов) по операциям с инвестиционными финансовыми активами, имеющимися в наличии для продажи	23	9,1	(16,7)
(Расходы за вычетом доходов) / доходы за вычетом расходов по операциям с иностранной валютой и драгоценными металлами	7	(17,6)	32,3
Доходы за вычетом расходов от первоначального признания финансовых инструментов и прочие доходы по кредитам и авансам клиентам	8	2,1	1,4
Доля в прибыли ассоциированных компаний и совместных предприятий		3,1	5,8
Доходы от выбытия дочерних и ассоциированных компаний	28, 45, 46	6,3	3,3
Доходы за вычетом расходов / (расходы за вычетом доходов) от прекращения обязательств	9	0,3	(1,5)
Создание резерва под обесценение прочих активов, обязательства кредитного характера и судебные иски	27, 49	(66,5)	(10,6)
Прочие операционные доходы	10	26,6	23,2
Непроцентные (расходы)/доходы		(27,9)	71,4
Заработанные страховые премии, нетто	13	59,2	84,1
Состоявшиеся страховые убытки, нетто, изменение обязательств перед страхователями и аквизиционные расходы	14	(49,1)	(80,5)
Выручка за вычетом расходов по страховой деятельности		10,1	3,6
Выручка и прочие доходы от прочей небанковской деятельности	11	43,5	24,0
Себестоимость и прочие расходы по прочей небанковской деятельности	12	(42,8)	(35,2)
Обесценение земли, зданий и нематериальных активов, за исключением гудвила, используемых в прочей небанковской деятельности	24, 26	(3,6)	(6,2)
Чистая прибыль/(убыток) от изменения справедливой стоимости инвестиционной недвижимости, отраженного при переоценке	25	8,2	(3,1)
Убыток при реализации группы выбытия, предназначенной для продажи		(1,3)	–
Выручка за вычетом расходов по прочей небанковской деятельности		4,0	(20,5)
Обесценение земли, зданий и нематериальных активов, за исключением гудвила	24, 26	(0,8)	(5,3)
Обесценение гудвила	26	–	(0,3)
Прочие операционные расходы	15	(38,1)	(12,5)
Расходы на содержание персонала и административные расходы	16	(233,9)	(221,9)
Непроцентные расходы		(272,8)	(240,0)
Прибыль до налогообложения		65,5	12,3
Расходы по налогу на прибыль	17	(21,6)	(6,9)
Чистая прибыль после налогообложения		43,9	5,4
Прибыль/(убыток) после налогообложения, полученная от дочерних компаний, приобретенных исключительно в целях перепродажи		7,7	(3,7)
Чистая прибыль		51,6	1,7
Чистая прибыль/(убыток), приходящаяся на:			
Акционеров материнского банка		52,3	10,7
Неконтрольные доли участия		(0,7)	(9,0)
Прибыль на акцию: базовая и с учетом разводнения (в российских рублях на одну акцию)	54	0,00318	0,00010
Прибыль на акцию: базовая и с учетом разводнения до прибыли после налогообложения, полученной от дочерних компаний, приобретенных исключительно в целях перепродажи (в российских рублях на одну акцию)	54	0,00258	0,00039

БАНК ВТБ КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ
ЗА ГОД, ЗАКОНЧИВШИЙСЯ 31 ДЕКАБРЯ (В МИЛЛИАРДАХ РОССИЙСКИХ РУБЛЕЙ)

	Прим.	2015 г.	2014 г.
Процентные доходы	4	1 100,9	844,1
Процентные расходы	4	(803,1)	(489,8)
Платежи в рамках системы страхования вкладов	4	(8,7)	(7,0)
Чистые процентные доходы	4	289,1	347,3
Создание резерва под обесценение долговых финансовых активов	22, 23, 24	(167,5)	(255,4)
Чистые процентные доходы после создания резерва под обесценение		121,6	91,9
Чистые комиссионные доходы	5	76,2	63,1
Доходы за вычетом расходов / (расходы за вычетом доходов) по операциям с финансовыми инструментами, переоцениваемыми по справедливой стоимости через прибыль или убыток	6	34,2	(3,0)
Расходы за вычетом доходов по операциям с инвестиционными финансовыми активами, имеющимися в наличии для продажи	24	(16,7)	-
Доходы за вычетом расходов / (расходы за вычетом доходов) по операциям с иностранной валютой	7	32,3	(3,2)
Государственная субсидия, предоставленная Государственной корпорацией "Агентство по страхованию вкладов"	32	-	99,2
Доходы от первоначального признания финансовых инструментов, реструктуризации и прочие доходы по кредитам и авансам клиентам	8	1,4	3,5
Доля в прибыли ассоциированных компаний и совместных предприятий		5,8	0,3
Доходы от выбытия дочерних и ассоциированных компаний (Расходы за вычетом доходов) / доходы за вычетом расходов от прекращения обязательств	29, 46, 47	3,3	15,1
Создание резерва под обесценение прочих активов, обязательства кредитного характера и судебные иски	9	(1,5)	0,8
Создание резерва под обесценение прочих активов, обязательства кредитного характера и судебные иски	28, 50	(10,6)	(20,0)
Превышение справедливой стоимости приобретенных чистых активов над стоимостью приобретения	45	-	0,3
Прочие операционные доходы	10	23,2	18,5
Непроцентные доходы		71,4	111,5
Заработанные страховые премии, нетто	13	84,1	43,9
Состоявшиеся страховые убытки, нетто, изменение обязательств перед страхователями и аквизиционные расходы	14	(80,5)	(31,8)
Выручка за вычетом расходов по страховой деятельности		3,6	12,1
Выручка от прочей небанковской деятельности	11	24,0	34,5
Себестоимость и прочие расходы по прочей небанковской деятельности	12	(35,2)	(43,1)
Обесценение земли, зданий и нематериальных активов, за исключением гудвила, используемых в прочей небанковской деятельности	25, 27	(6,2)	(2,8)
Чистый (убыток)/прибыль от изменения справедливой стоимости инвестиционной недвижимости, отраженного при переоценке		(3,1)	3,6
Выручка за вычетом расходов по прочей небанковской деятельности		(20,5)	(7,8)
Обесценение земли, зданий и нематериальных активов, за исключением гудвила	25, 27	(5,3)	(0,9)
Обесценение гудвила	27	(0,3)	(5,7)
Прочие операционные расходы	15	(12,5)	(8,8)
Расходы на содержание персонала и административные расходы	16	(221,9)	(222,6)
Непроцентные расходы		(240,0)	(238,0)
Прибыль до налогообложения		12,3	32,8
Расходы по налогу на прибыль	17	(6,9)	(31,5)
Чистая прибыль после налогообложения		5,4	1,3
Убыток после налогообложения, полученный от дочерних компаний, приобретенных исключительно в целях перепродажи		(3,7)	(0,5)
Чистая прибыль		1,7	0,8
Чистая прибыли/(убыток), приходящаяся на:			
Акционеров материнского банка		10,7	4,1
Неконтрольные доли участия		(9,0)	(3,3)
Прибыль на акцию: базовая и с учетом разводнения (в российских рублях на одну акцию)	55	0,00010	(0,00023)
Прибыль на акцию: базовая и с учетом разводнения до прибыли после налогообложения, полученной от дочерних компаний, приобретенных исключительно в целях перепродажи (в российских рублях на одну акцию)	55	0,00039	(0,00019)

Банк ВТБ
Консолидированный отчет о прибылях и убытках за год, закончившийся 31 декабря
(в миллиардах российских рублей)

	<i>Прим.</i>	<i>2014 г.</i>	<i>2013 г.</i>
Процентные доходы	30	844,1	686,3
Процентные расходы	30	(489,8)	(363,3)
Чистые процентные доходы		354,3	323,0
Создание резерва под обесценение долговых финансовых активов	12, 13, 14	(255,4)	(96,9)
Чистые процентные доходы после создания резерва под обесценение		98,9	226,1
Чистые комиссионные доходы	31	63,1	55,4
(Расходы за вычетом доходов) / доходы за вычетом расходов по операциям с финансовыми инструментами, переоцениваемыми по справедливой стоимости через прибыль или убыток	32	(3,0)	13,2
Доходы за вычетом расходов по операциям с инвестиционными финансовыми активами, имеющимися в наличии для продажи	14	–	7,3
Расходы за вычетом доходов по операциям с иностранной валютой	33	(3,2)	(8,7)
Государственная субсидия, предоставленная Государственной корпорацией "Агентство по страхованию вкладов"	23	99,2	–
Доходы от первоначального признания финансовых инструментов, реструктуризации и прочие доходы по кредитам и авансам клиентам	34	3,5	9,1
Доля в прибыли ассоциированных компаний и совместных предприятий		0,3	2,2
Доходы от выбытия дочерних и ассоциированных компаний	15, 20, 54	15,1	2,8
Доходы за вычетом расходов / (расходы за вычетом доходов) от прекращения обязательств	35	0,8	(3,7)
Создание резерва под обесценение прочих активов, обязательства кредитного характера и судебные иски	19, 47	(20,0)	(2,3)
Превышение справедливой стоимости приобретенных чистых активов над стоимостью приобретения	54	0,3	8,0
Прочие операционные доходы	36	18,5	9,6
Непроцентные доходы		111,5	37,5
Заработанные страховые премии, нетто	37	43,9	29,4
Состоявшиеся страховые убытки, нетто, изменение обязательств перед страхователями и аквизиционные расходы	38	(31,8)	(16,4)
Выручка от прочей небанковской деятельности	39	38,1	34,2
Себестоимость и прочие расходы по прочей небанковской деятельности	40	(45,9)	(36,1)
Выручка за вычетом расходов по небанковской деятельности		4,3	11,1
Обесценение гудвила	18	(5,7)	–
Расходы на содержание персонала и административные расходы	41	(239,3)	(210,9)
Непроцентные расходы		(245,0)	(210,9)
Прибыль до налогообложения		32,8	119,2
Расходы по налогу на прибыль	42	(31,5)	(24,1)
Чистая прибыль после налогообложения		1,3	95,1
(Убыток)/прибыль после налогообложения, полученная от дочерних компаний, приобретенных исключительно в целях перепродажи		(0,5)	5,4
Чистая прибыль		0,8	100,5
Чистая прибыль, приходящаяся на:			
Акционеров материнского банка		4,1	101,5
Неконтрольные доли участия		(3,3)	(1,0)
Прибыль на акцию: базовая и с учетом разводнения (в российских рублях на одну акцию)	44	(0,00023)	0,00805
Прибыль на акцию: базовая и с учетом разводнения до прибыли после налогообложения, полученной от дочерних компаний, приобретенных исключительно в целях перепродажи (в российских рублях на одну акцию)	44	(0,00019)	0,00760